

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
**Экспертной комиссии о результатах рассмотрения  возражения**   
**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 22.10.2013 рассмотрела заявление о признании обозначения «AMSTEL» общеизвестным товарным знаком на территории Российской Федерации с 01 января 2010 года на имя компании Amstel Brouwerij B.V., Нидерланды (далее – Заявитель) в отношении товара 32 класса МКТУ – «пиво».

Обозначение, в отношении которого испрашивается признание его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, представляет собой слово «AMSTEL», выполненное стандартным шрифтом с засечками заглавными буквами латинского алфавита, при этом каждая буква выполнена с эффектом отбрасывания тени, а буква «А» чуть больше по размеру, чем остальные буквы.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) поступило заявление от 29.03.2013 о признании вышеуказанного обозначения общеизвестным товарным знаком в Российской Федерации с 01.01.2010 на имя Заявителя в отношении товара 32 класса МКТУ – «пиво».

Для подтверждения общеизвестности обозначения «AMSTEL» Заявителем представлены следующие документы:

- обозначение «AMSTEL», для которого испрашивается статус общеизвестного товарного знака [1];
- сведения о международных регистрациях №923050, №1068231; №630168, охраняемых на территории Российской Федерации [2];
- сведения о международных регистрациях №372093, №533372, №630168, №804765, №817538 [3];
- сведения о регистрации знаков Европейского Сообщества №0884264, №0924739, №0953496, №1068231, №000119248, №1071858, №1073328 [4];
- копии печатных публикаций, посвященных пиву [5];
- распечатка с сайта [www.podpivo.com](http://www.podpivo.com) «История пива Amstel» [6];
- документы, подтверждающие связь компаний Heineken и Amstel [7];
- распечатка с сайта [www.boozy.org](http://www.boozy.org) «Пиво Амстел» [8];
- распечатка с сайта [www.bar-service-spb.ru](http://www.bar-service-spb.ru) «Пиво Amstel» [9];
- распечатка с сайта [www.podpivo.com/rus/brands](http://www.podpivo.com/rus/brands) «Торговая марка пива «AMSTEL» [10];
- распечатка с сайта [www.birzha.ru](http://www.birzha.ru) «Пивное царство» [11];
- выдержка из отчета Millward Brown Optimor [12];
- распечатка с сайта [www.brandsoftheworld.com](http://www.brandsoftheworld.com) (без перевода)[13];
- распечатка с сайта <http://news.spbland.ru> [14];
- распечатки с сайтов [www.armenian.nl](http://www.armenian.nl), [www.brandtorg.ru](http://www.brandtorg.ru), [www.belbeer.ru](http://www.belbeer.ru), <http://productinadom.ru> [15];
- распечатка с сайта [www.footsmarket.info](http://www.footsmarket.info) [16];
- данные о продажах пива «Amstel» для внутреннего пользования компании Heineken [17];
- распечатки с сайтов <http://suite101.net>, <http://songkick.com>, <http://www.nadlanu.com> (без перевода) [18];
- отчет о проведении рекламной компании рекламного агентства Red Keds [19];
- распечатка с сайта <http://promo.ru> [20];
- распечатка с сайта [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) [21];
- распечатка с сайта [www.belbeer.com](http://www.belbeer.com) [22];

- распечатка с сайта [www.agroru.com](http://www.agroru.com) [23];
- отчет компании TNS Gallup Media по мониторингу телевидения [24];
- распечатки с сайтов <http://www.beercap.ru>, <http://birra-ru.livejournal.com>, <http://vkusnoteka.ru>, <http://otvet.mail.ru>, <http://www.beertop.ru> [25];
- отчет ВЦИОМ «Определение уровня общеизвестности товарного знака «AMSTEL» [26];
- распечатка с сайта [www.rbcdaily.ru](http://www.rbcdaily.ru) [27].

В дополнение заявителем были представлены следующие документы и материалы:

- копия устава ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен» [28];
- выписка из Торгового реестра Торговой палаты Амстердама в отношении компании Heineken International B.V. [29];
- выписка из Торгового реестра Торговой палаты Амстердама в отношении компании Heineken CEE Holdings B.V. [30];
- выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен» [31];
- текст решения Роспатента от 26.10.2012 по общеизвестному товарному знаку «COSMOPOLITAN» [32];
- письмо генерального директора ВЦИОМ [33];
- фотографии и образцы продукции, маркированные обозначением AMSTEL [34].

Правовая база для рассмотрения заявления с учетом даты (29.03.2013) 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), 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 определению 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 используемое им в качестве товарного знака обозначение общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, по решению федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности такое обозначение может быть признано общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, если это обозначение в результате интенсивного использования стало на указанную в заявлении дату широко известным в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров заявителя.

Согласно пункту 2.2 Правил ОИ фактические данные, подтверждающие общеизвестность товарного знака, могут быть представлены, например, сведениями об интенсивном использовании товарного знака на территории Российской Федерации, содержащимися в соответствующих документах, а также сведениями о результатах опроса потребителей товаров по вопросу общеизвестности товарного знака, проведенного специализированной независимой организацией.

Анализ фактических данных, содержащихся в поступившем 29.03.2013 заявлении, свидетельствует о следующем.

Согласно представленным документам [5] - [6] пивоваренный завод «Amstel» был основан в Амстердаме 11 июня 1870 года. Завод был назван в честь реки Амстел, на которой расположен город Амстердам. В 1968 году пивоваренная компания была выкуплена голландским пивным гигантом «Heineken». После этого пиво «Amstel» производилось на предприятиях концерна Heineken и на собственном заводе в Амстердаме. В 1972 году производство пива переведено на основной завод «Heineken» в город Зутервауде (Zoeterwoude).

В заявлении приведены данные по производству пива марки «Amstel» в мире. Так, согласно данным, приведенным на сайте [www.podpivo.com](http://www.podpivo.com) «История пива Amstel» [6], пиво марки «Amstel» продается более чем в 100 странах мира, а объем экспорта пива марки «Amstel» составляет около 101000 гектолитров в год.

Как указано выше, в соответствии со статьей 1508 Кодекса обозначение может быть признано общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, если это обозначение в результате интенсивного использования стало на указанную в заявлении дату широко известным в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров заявителя.

Общеизвестность на территории Российской Федерации обозначения «AMSTEL» испрашивается на имя компании Amstel Brouwerij B.V.

Согласно представленным документам [7], [29] – [31], единственным акционером компании Заявителя является компания Heineken N.V. (Нидерланды), которая также является единственным акционером компании Heineken International B.V. (Нидерланды), которая, в свою очередь, является единственным акционером компании Heineken CEE Holdings B.V. (Нидерланды).

Компании Heineken International B.V. и Heineken CEE Holdings B.V. являются учредителями ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен», через которое осуществляется производство и реализация пива, в том числе маркированного обозначением «AMSTEL», на территории Российской Федерации.

Первые поставки на российский рынок пива, маркированного обозначением «AMSTEL», были осуществлены в начале 90-х годов. С конца 2005 года пиво «AMSTEL» стало производиться на заводе в Санкт-Петербурге.

По данным, приведенным в справке [17], общий объем пива, произведенного на предприятиях, принадлежащих ООО «Объединенные Пивоварни Хейнекен», в 2010 году составил 83930,36 гектолитров, что сопоставимо с объемом экспорта пива марки «AMSTEL», непосредственно произведенного заявителем, а уже в 2011 году этот объем возрос до 204506,7 гектолитров.

Представленные фотографии продукции и образцы упаковки [34], маркированные обозначением «AMSTEL», содержат информацию о Заявителе «AMSTEL BROUWERIJ B.V.», что позволяет сделать вывод о том, что потребитель был информирован о том, что данное обозначение является собственностью Заявителя, а производство пива осуществлялось под его контролем.

Следует также отметить, что при маркировке пива обозначение «AMSTEL» использовалось именно в том виде, в каком испрашивается признание этого

обозначения общеизвестным в Российской Федерации, т.е. выполненное стандартным шрифтом с засечками заглавными буквами латинского алфавита, при этом каждая буква выполнена с эффектом отбрасывания тени, а буква «А» чуть больше по размеру, чем остальные буквы.

Из представленных документов [2] - [3] и дополнительно представленных пояснений следует, что на дату 01.01.2010 Заявитель являлся правообладателем международных регистраций №№533372, 630168 и 923050, в составе которых присутствует словесный элемент «AMSTEL», действующих на территории Российской Федерации, при этом между Заявителем и ООО «Пивоварня «Хейнекен» (впоследствии изменившей свое наименование на ООО «Объединенные пивоварни Хейнекен») был заключен лицензионный договор на использование знаков по международным регистрациям №№533372, 630168, зарегистрированный в Роспатенте 21.11.2005 за №РД0004231.

В заявлении приведены данные о том, что Заявитель большое внимание уделяет активному участию в социальной и культурной жизни, в том числе на территории Российской Федерации, являясь спонсором международных спортивных состязаний через свои аффилированные компании Heineken и Heineken Russia [19] – [24].

Таким образом, представленные фактические данные наглядно иллюстрируют, что производство пива осуществлялось группой компаний Heineken, в которую входит Заявитель, подтверждая тем самым известность на территории Российской Федерации как самого Заявителя, так и товаров (пива), маркированных принадлежащим ему обозначением, которые в сознании потребителей связаны с его именем.

Широкая известность обозначения «AMSTEL» подтверждается представленным социологическим исследованием [26], которое было проведено ВЦИОМ в июне 2012 года.

Целью данного исследования являлось определение уровня общеизвестности товарного знака «AMSTEL». Целевую группу составили жители 39 субъектов

Российской Федерации из 47 населенных пунктов в возрасте от 18 лет и старше, регулярно покупающие пиво (1 раз в месяц и чаще).

Результаты опроса показали, что обозначение «AMSTEL» знакомо большинству респондентов (80,6%), которые узнали о нем, увидев в магазине (47,6%) и в рекламе 32,2%). У 61,8% опрошенных слово «Амстел» ассоциируется с пивом, при этом 41% респондентов знают этот товарный знак более четырех лет, из которых 9,3% знают его так давно, что не смогли вспомнить, когда впервые узнали об этом товарном знаке.

Таким образом, результаты социологического исследования [26] подтверждают вывод о том, что обозначение «AMSTEL», используемое для маркировки пива, обладает высоким уровнем известности по отношению к товарам Заявителя.

Резюмируя изложенное, Экспертная комиссия полагает, что представленные Заявителем фактические данные, включая результаты социологического опроса потребителей, позволяют сделать обоснованный вывод об общеизвестности обозначения «AMSTEL» в Российской Федерации в отношении товаров 32 класса МКТУ «пиво».

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

**удовлетворить заявление от 29.03.2013 и признать обозначение «AMSTEL» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.01.2010 на имя компании Amstel Brouwerij B.V., Нидерланды, в отношении товара 32 класса МКТУ – «пиво».**