


ЗАКЛЮЧЕНИЕ


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

Экспертная комиссия на своем заседании, состоявшемся 24.03.2015, рассмотрела заявление о признании товарного знака по свидетельству №355632 общеизвестным на территории Российской Федерации с 31.12.2009 на имя ОАО «Альфа-Банк», 107078, Москва, ул. Каланчевская, 27 (далее – Заявитель) в отношении услуг 36 класса МКТУ – «банковские услуги».

Товарный знак по свидетельству №355632 с приоритетом от 01.06.2007 зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 24.07.2008 в красном цветовом сочетании, в отношении услуг 36 класса МКТУ, указанных в перечне регистрации, на имя Заявителя.

Товарный знак по свидетельству №355632 представляет собой комбинированное обозначение  **Альфа-Банк**, состоящее из буквы «А», выполненной в оригинальной графике, расположенного под буквой «А» четырехугольника, вытянутого по горизонтали, словесных элементов «Альфа» и «Банк», выполненных буквами кириллического алфавита, между которыми расположен изобразительный элемент в виде жирной точки.

В Роспатент поступило заявление от 09.09.2013 и дополнение к нему от 13.02.2015 о признании товарного знака по свидетельству №355632 общеизвестным товарным знаком в Российской Федерации с 31.12.2009 на имя Заявителя в отношении услуг 36 класса МКТУ – «банковские услуги».

Для подтверждения общеизвестности товарного знака  **Альфа-Банк** по свидетельству №355632 Заявителем были представлены следующие материалы:

1. Распечатка товарного знака по свидетельству №355632.

2. Копия Устава Инновационного Коммерческого Банка «Альфа-Банк», 1990г.
3. Копия Протокола №11-97 Общего собрания участников Коммерческого Инновационного банка «Альфа-Банк» от 10.10.1997г.
4. Копия Устава ОАО «Альфа-Банк» от 1997г.
5. Копия Свидетельства №7117.16 о внесении изменений в Государственный реестр изменений и дополнений к учредительным документам коммерческих организаций.
6. Копия Свидетельства Министерства Российской Федерации по налогам и сборам о внесении записи в ЕГРЮЛ - ОАО «Альфа-Банк».
7. Копия Лицензии №1326 на совершение банковских операций от 05.05.1992.
8. Копия Дополнения № 1 к лицензии №1326.
9. Копия Лицензии №1326 на совершение банковских операций в иностранной валюте от 05.12.1992г.
10. Копия Генеральной лицензии №1326 на совершение банковских операций от 19.04.1993.
11. Копия Генеральной лицензии №1326 на осуществление банковских операций от 29.01.1998г.
12. Копия Генеральной лицензии №1326 на осуществление банковских операций от 05.03.2012г.
13. Распечатки с сайта www.bankir.ru, содержащие сведения о рейтингах банков за 2009г.
14. Распечатки с сайта www.bankir.ru, содержащие сведения о рейтингах банков за 2013г.
15. Распечатки с сайта www.banki.ru, содержащие сведения о результатах исследования за 2009г. («Какие банки выбирают российские предприниматели»).
16. Распечатки с сайта www.banki.ru, содержащие сведения о результатах исследования за 2008г. («Рынок розничных банковский услуг - 2008: итоги года»).

17. Affidavit ОАО «Альфа-Банк» от 30.07.2013г. (сведения об отделениях, офисах, филиалах).
18. Распечатки с сайта <https://ru.wikipedia.org/>, содержащие сведения об ОАО «Альфа-Банк».
19. Образцы рекламных проспектов.
20. Affidavit ОАО «Альфа-Банк» (сведения о расходах на рекламу).
21. Фотографии офисов.
22. Фотографии бронемашин.
23. Распечатки с сайта Заявителя www.alfabank.ru.
24. Affidavit ОАО «Альфа-Банк» (сведения об объемах затрат на поддержание сайтов за период с 2006-2009гг.).
25. Распечатки с сайта Заявителя www.alfabank.com.
26. Распечатки из сети Интернет (сайты третьих лиц).
27. Свидетельство о регистрации СМИ: журнал «Время Жить. Клиентский журнал Альфа Банка» от 17.02.2009г.
28. Образцы журналов «Время Жить».
29. Результаты исследований интереса читательской аудитории к журналу «Время Жить», август 2009г.
30. Исследование медийной группы HAVAS Media «Обзор активности конкурентов в категории банковские услуги, 2009г.».
31. Исследование медийной группы HAVAS Media «Изменение доли по основным игрокам».
32. Исследование медийной группы HAVAS Media «Обзор конкурентной активности на ТВ, 2008-2009г.».
33. Исследование медийной группы HAVAS Media «Обзор конкурентной активности на радио, 2008-2009г.».
34. Исследование медийной группы HAVAS Media «Обзор конкурентной активности в наружной рекламе, 2008-2009г.».
35. Исследование медийной группы HAVAS Media «Обзор конкурентной активности в прессе, 2008-2009г.».

36. Социальный отчет ОАО «Альфа-Банк» за 2008г.
37. Социальный отчет ОАО «Альфа-Банк» за 2009г.
38. Социальный отчет ОАО «Альфа-Банк» за 2010г.
39. Распечатки страниц книги В.Н.Домнина «Брендинг: новые технологии в России, 2009».
- 40-42. Распечатки с сайта www.super-brands.ru.
43. Распечатки страниц книги «Супербренды», 2005г.
44. Распечатки страниц «BusinessWeek. Самые ценные бренды России», 2006г.
- 45, 45а. Лучшие российские бренды, 2007, 2008гг.
- 46, 46а. Исследования компании «Комкон», опубликованные в газете «РБК daily» от 27.02.2009 в статье «Самые узнаваемые банки» и исследование компании Profi Online Research «Знание логотипов банков», опубликованное на сайте www.banki.ru.
47. Социологический отчет Лаборатории социологической экспертизы Института социологии РАН от 31.01.2013г.
48. Судебные решения.
49. Решение Роспатента от 21.08.2012г. по товарному знаку №434866.
50. Распечатки товарных знаков, зарегистрированных на имя ОАО «Альфа-Банк» в Казахстане, Литве, Латвии, Эстонии, Украине.
51. Распечатки товарных знаков, зарегистрированных на имя ОАО «Альфа-Банк» в России, Греции, Швеции.
52. Скриншоты страниц Интернет.
53. Распечатки, содержащие сведения о наградах ОАО «Альфа-Банк».
54. Договор б/н от 15.12.2005г. (по выпуску кредитных карт в рамках программы «Аэрофлот Бонус») и приложения к нему.
55. Образцы рекламной продукции.
56. Агентское соглашение от 09.01.2007г. (оказание рекламных услуг).
57. Счета фактуры, акты оказанных услуг, акты сдачи-приемки работ (услуг).
58. Информационное письмо от ООО «СЛ Медиа» №46 от 14.07.2008г.

59. Договор №МК-01 от 01.09.2008г. (выпуск рекламного каталога «Время Жить») и приложение к нему.

60. Договор №РЗ/07/03-08 от 07.02.2008г. (выпуск рекламного каталога «Время Жить») и приложение к нему.

61. Исследования и обзоры (распечатки с сайта www.havas-group.ru).

62. Фотографии с выставок, рекламных, благотворительных и развлекательных акций.

62. Типовые договоры 2008 и 2009гг. о комплексном банковском обслуживании физических лиц в ОАО «Альфа-Банк».


Правовая база для рассмотрения заявления с учетом даты (09.09.2013) его подачи включает Парижскую конвенцию по охране промышленной собственности от 20.03.1883г. (далее – Парижская конвенция), четвертую часть Гражданского кодекса Российской Федерации (далее - Кодекс) и Правила признания товарного знака общеизвестным в Российской Федерации, утвержденные приказом Роспатента от 17.03.2000г. № 38 (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.

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 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.

Рассматриваемый товарный знак  представляет собой комбинацию оригинального изобразительного элемента в виде стилизованной буквы «А», под которой находится вытянутый по горизонтали четырехугольник, и словесных элементов «Альфа» и «Банк», выполненного буквами кириллицы, между которыми расположено изображение окружности. Изобразительные и словесные элементы выполнены в красном цвете.

Анализ фактических данных, содержащихся в заявлении от 09.09.2013, свидетельствует о следующем.

Согласно Уставу в редакции 1990 года [2] Инновационный коммерческий банк «Альфа-Банк» решением учредителей-пайщиков был создан 20.12.1990 и зарегистрирован Центральным Банком РСФСР 03.01.1991. В 1997 году на основании протокола общего собрания участников [3] банк был преобразован в Открытое акционерное общество «Альфа-Банк» (Заявитель).

В соответствии с Уставом в редакции 1997 года [4] и лицензиями на осуществление банковских операций [7] – [12] ООО «Альфа-Банк» вправе осуществлять различные банковские операции, в том числе в иностранной валюте. Указанные услуги соотносятся с услугами 36 класса МКТУ «банковские услуги», в отношении которых испрашивается общеизвестность товарного знака.

Согласно представленной справке [17] ОАО «Альфа-Банк» имеет широкую сеть отделений, расположенных в 115 городах России. По состоянию на 01.01.2009 в Москве было открыто 45 отделений банка, в Санкт-Петербурге – 26, в Екатеринбурге – 8, в Нижнем Новгороде – 7, в Ростове-на-Дону – 6, в Хабаровске – 3, в Барнауле – 4, в Воронеже – 4, в Красноярске – 6, в Мурманске – 4, в Омске – 5, в Перми – 5, в Уфе – 7, в Казани – 6, в Самаре и Тольятти – по 5, в Тюмени и Ижевске – по 4, в Челябинске – 6. Также открыто 10 филиалов ОАО «Альфа-

Банк», а именно: в Республике Башкортостан, Республике Татарстан и городах: Екатеринбург, Нижний Новгород, Новосибирск, Ростов-на-Дону, Самара, Санкт-Петербург, Ставрополь, Хабаровск. Расходы на аренду помещений для размещения филиалов, отделений и офисов ООО «Альфа-Банк» на территории России с 2006 по 2009 годы согласно справке [17] составили более 5,5 млрд. руб.

Исходя из представленных Заявителем сведений ОАО «Альфа-Банк» входит в число лидеров российского банковского рынка. Так, по данным рейтинга банков, опубликованных на сайте www.bankir.ru [13], в январе 2009 года ОАО «Альфа-Банк» занимал 6-7 места по активам, капиталу, выданным кредитам предприятиям, ценным бумагам, расчетным счетам, вкладам физических лиц, обороту средств в банкоматах. На аналогичных позициях ОАО «Альфа-Банк» остался и в 2013 году [14].


По данным опроса Profi Online Research, размещенного на сайте www.banki.ru [15] (выборка - 7100 человек: российские граждане от 21 до 55 лет, проживающие в 13 самых крупных российских городах), ОАО «Альфа-Банк» по итогам 2009 года входит в первую пятерку банков, которые выбирают российские предприниматели. По итогам исследования Frank Research Group от 2008 года «Рынок розничных банковских услуг-2008: итоги года» [16] ОАО «Альфа-Банк» входит в число лидеров по кредитованию физических лиц (автокредитование - 9-е место, ипотека), является одним из крупнейших игроков на рынке кредитных карт (6-е место).


Из представленных материалов [52] усматривается, что в 2009 году финансовый журнал «Euromoney» признал ООО «Альфа-Банк» лучшим российским банком. Аналогичной награды банк удостоивался также в 2007 и 2008 годах.

Исходя из информации, опубликованной в книге «Супербренды» в 2005 году [43], до 2005 года ООО «Альфа-Банк» использовал для индивидуализации своей


деятельности следующие обозначения:  и **АЛЬФА-БАНК**. Уже в

2006 году в открытой печати (журнал «BusinessWeek») [44] публикуется информация о ребрендинге Альфа-Банка на  .


Имеющиеся в деле фотографии, приложенные к справке [17], а также представленные материалы [62], свидетельствуют о том, что обозначение  используется как на вывесках банка, так и при оформлении его помещений и в документации в том виде, в каком испрашивается общеизвестность товарного знака.

Представленные материалы - буклеты, проспекты, журналы, исследования медийной группы [30-35], фотографии, касающиеся проведения спонсорских мероприятий, социальные отчеты [36-38], результаты исследований и копии страниц книги «Супербренды» [40-43], исследования компании Interbrand Zintzmeier&Lux [45a] также демонстрируют использование Заявителем товарного  в заявленном виде на исследуемую дату признания товарного знака общеизвестным, т.е. на 31.12.2009.

ОАО «Альфа-Банк» на исследуемую дату признания товарного знака общеизвестным осуществлял под его эгидой рекламу своих услуг в различных средствах массовой информации, в том числе в журнале «Время жить» [28], [29], [59], [60], который в 2008 – 2009гг. распространялся в Московских и региональных отделениях банка, а также через компании «Рольф», «Тайота», «Дженсер».

Между ОАО «Альфа-Банк» и ОАО «Аэрофлот» был заключен договор от 15.12.2005 [54] о разработке и реализации программы по обслуживанию банковских карт, позволяющих осуществлять поощрение их держателей в рамках программы «Аэрофлот Бонус». Из представленных материалов [55] усматривается, что товарный знак  фигурировал в рекламе банковских карт, выпущенных в рамках проекта «Аэрофлот Бонус».

Следует также отметить, что согласно совместному исследованию «Самые ценные российские бренды», проведенному компаниями Interbrand Zintzmeier & Lux AG и «Business Week Россия» в 2006 году, товарный знак ОАО «Альфа-Банка»


занял 11 место и его цена составила 10 420 млрд. руб. Согласно аналогичному исследованию за 2007 год товарный знак  занял уже 8 место, и стоимость его возросла до 10 707 млрд. руб., в 2008 году - 9 место со стоимостью 9 712 млрд. руб. [44] - [45].

Лабораторией социологической экспертизы Института социологии РАН с июля по август 2012 года проводился опрос общественного мнения [47] в 6 городах Российской Федерации: Москва (500 респондентов), Санкт-Петербург (500 респондентов), Ростов-на-Дону, Нижний Новгород, Екатеринбург, Новосибирск - по 125 респондентов. Предметом исследования явилось определение уровня известности среди потребителей финансовых и банковских услуг товарного знака



Основные выводы опроса:

- подавляющему большинству (98%) потребителей финансовых и банковских услуг известен данный товарный знак;
- большинство опрошенных (75%) познакомились с услугами под таким товарным знаком в 2000-2009гг.;
- у наибольшей доли опрошенных (37%) товарный знак закрепился в памяти благодаря телевизионным рекламным роликам, на втором месте (16%) – знакомство с вывесками, на третьем (13%) – знакомство при чтении в газетах и журналах, через Интернет – 6% и т.п.;
- подавляющее большинство (97%) опрошенных указали, что под этим товарным знаком предоставляются финансовые и банковские услуги;
- по мнению 88% опрошенных, владельцем указанного товарного знака является «Альфа-Банк».

Таким образом, результаты социологического исследования свидетельствуют о том, что товарный знак , используемый для маркировки банковских услуг, имеет широкую известность среди совершеннолетних потребителей России (знают 98% потребителей) и обладает повышенной различительной способностью (88%) по отношению к услугам Заявителя - ОАО «Альфа-Банк».

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

удовлетворить заявление от 09.09.2013 и признать товарный знак



общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 31.12.2009 в отношении услуг 36 класса МКТУ «банковские услуги» на имя Открытого акционерного общества «Альфа-Банк».