


ЗАКЛЮЧЕНИЕ

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




Экспертная комиссия на своем заседании, состоявшемся 16.06.2015, рассмотрела заявление от 22.09.2014 с учетом дополнительных материалов, поступивших 14.04.2015, в которых был уточнен объем притязаний, о признании изобразительного знака по международной регистрации №699437А общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01 января 2014 в отношении товаров 18 класса МКТУ «спортивные сумки», 25 класса МКТУ «спортивная одежда, спортивная обувь, головные уборы», 28 класса МКТУ «спортивные товары, мячи» на имя компании «адидас АГ», Германия (далее – заявитель).

Изобразительное обозначение , содержащее три параллельных, одинаковых по ширине полосы, расположенные с наклоном влево таким образом, что образуют геометрическую фигуру в виде прямоугольного треугольника, гипотенуза которого расположена по горизонтали, было зарегистрировано в Международном бюро ВОИС 27.08.1998 под №699437 на имя компании «adidas International B.V.». Правовая охрана на территории Российской Федерации знаку была предоставлена на имя заявителя в отношении товаров 18, 25, 28 классов МКТУ, указанных в перечне регистрации.

18.07.2013 знак по международной регистрации №699437 на территории Российской Федерации был уступлен заявителю по договору частичной уступки с присвоением ему №699437А (сведения об уступке опубликованы в WIPO Gazette of International Marks №2013/35, 19.09.2013).

В качестве подтверждения общеизвестности знака по международной регистрации №699437А в отношении товаров 18 класса МКТУ «спортивные сумки»,

25 класса МКТУ «спортивная одежда, спортивная обувь, головные уборы»; 28 класса МКТУ «спортивные товары, мячи» заявителем представлены следующие документы:

- копия материалов из базы ФИПС «Товарные знаки Российской Федерации» о международной регистрации №699437А с переводом [1];
- история компании «адидаас АГ», включая финансовую информацию о компании [2];
- таблица, подтверждающая регистрации изобразительного знака  по международной регистрации №699437 по всему миру [3];
- копии учредительных документов ООО «АДИДАС» [4];
- копия лицензионного соглашения между компанией «adidas AG» и «adidas International B.V.», зарегистрированного Роспатентом 15.07.2009 за №РД0052590 [5];
- копия лицензионного соглашения между компанией «adidas International B.V. и ООО «АДИДАС», зарегистрированного Роспатентом 15.07.2009 за №РД0052595 [6];
- копии страницы 7 раздела II.2. «Известность товарного знака » из отчета по исследованию «Признание товарного знака по м.р. 699437А общеизвестным товарным знаком в РФ» и страницы 7 раздела II.2. «Известность товарного знака «adidas» (IR 487580)» из отчета по исследованию «Признание товарного знака «adidas» (IR487480) общеизвестным товарным знаком в Российской Федерации» [7];
- копии страниц каталогов продукции заявителя за 1997 – 2013 годы [8];
- распечатки материалов с сайтов <http://www.hockeyplayer16.ru>; <http://www.fittorg.ru>; <http://cyber-gym.ru>; <http://shop.rustt.ru> [9];
- копия статьи «Модная экипировка или спортивная одежда», журнал «Модный магазин», 2002; перечень розничных магазинов компании «адидаас АГ», открытых в России за период с 1997 по 2013 год [10];
- копия статьи И. Валеева, С. Кощеева «Магазины держатся на трех лейблах» газета «Tatar.ru», 29.10.2004 [11];
- копия статьи «Обзор российского рынка спортивных товаров»; копии статей о выявлении таможенными органами контрафактной продукции, маркированной товарным знаком  [12];

- копия статьи «Российский fashion-рынок сегодня» [13];
- копии интервью с Гербертом Хайнером; копия статьи «ADADAS: стратегия роста»; копия статьи «Биполярный спортрынок» [14];
- копия интервью с Гербертом Хайнером «Лучший наш продавец – футболист Дэвид Бекхэм» [15];
- результаты исследования «ГФК-Русь»: какие бренды одежды и обуви известны в регионах; статьи «Региональное проникновение брендов одежды и обуви», «Крупный счет» [16];
- копия материалов ТОП-100 рекламодателей в СМИ в марте 2005, размещенных на сайте Sostav.ru; материалы из сети Интернет «Рейтинг крупнейших рекламодателей 2012 года» (<http://adindex.ru>); диск, содержащий запись телевизионной рекламы товарного знака; копия агентского договора №КОМ-043-А от 14.11.2003 с компанией «Партнер Коммюникейшинз» на адаптацию рекламных роликов; статья «Adidas делает невозможное ничем» (<http://www.sf-online.ru>); статья «Друзья из прошлого» [17];
- копии рекламных материалов, опубликованных в СМИ за 2005-2008 годы [18];
- копия договора №33 от 19.02.1997 об оказании информационных, маркетинговых, рекламных услуг; копия договора №51/00 от 21.08.2000 на размещение рекламной информации; копия отчета о проведении рекламной кампании «ADIDAS» на транспорте в Москве за 2003 год [19];
- копии договоров №47 от 20.02.2000, №05/07 от 04.07.2000 с приложениями; копия отчета о проведении рекламной кампании на магистральных щитах в Москве в сентябре 2001года; копия договора №99ДЖ от 18.12.2001 на размещение рекламной информации и техническое обслуживание рекламных установок; копии дополнительных соглашений к договору №2-06-03 от 05.07.2003; фото наружной рекламы [20];
- копии статей, подтверждающих проведение рекламных кампаний; копия договора №74-п от 25.04.1997 на оказание услуг по размещению рекламы [21];


- копия договора о техническом спонсорстве от 01.10.1998; копия договора о техническом спонсорстве №Д1/98 от 27.03.1998; копия спонсорского соглашения от 27.11.1998; фотографии летнего спортивного лагеря для одаренных детей (лето 1999года); копии соглашений от 15.12.2004 и от 15.12.2007 с футбольным клубом «ЛОКОМОТИВ»; отчеты о проделанной работе в рамках реализации прав технического спонсора ФК «Локомотив» за 2005-2006 годы; копии статей, подтверждающих спонсорство компании заявителя; копия соглашения о рекламной деятельности с Кержаковым А.А.; копия договора о сотрудничестве №02-10/2011 от 01.10.2011; копия договора №430/12-09 от 01.11.2012; копия договора поставки №1 от 01.04.2013; копия договора №2 от 01.04.2013; копия договора №А-НА-2608/13; фотографии известных спортсменов и спортивных клубов с рекламой товаров заявителя [22];

- копия статьи из журнала «Индустрия рекламы» №13 (112) июль 2006; копии статей из сети Интернет [23];

- копии актов сдачи-приемки услуг к договору №2-06-03 от 05.06.2003 на размещение рекламных материалов в московском метрополитене; копия договора о размещении рекламы от 18.01.2005 с приложениями, актами сдачи-приемки, счетами-фактуры; копии приложений №111 и №112 к договору №01-Д от 01.12.2006 на изготовление рекламных материалов, акты сдачи-приемки выполненных работ; копия приложения №7 к договору № 01-Ф от 01.02.2007 на оформление витрин, акт сдачи-приемки; копия пособия по организации турниров «adidas Streetball Challenge'99»; копии статей «Площадь Революции – адрес баскетбольного суперстадиона» (Новые Известия, 15.08.1998), «Братание под кольцами» (Труд, 18.08.1998), «Чемпионы России известны. Впереди-Париж» (Спорт-экспресс, 18.08.1998), «Коби Брайант выбрал себе в соперники Россию» (Спорт-экспресс, 15.09.1998), «Больше, чем игра» (Спорт-экспресс); копии материалов по стритболу, размещенных на сайте www.adidas.ru [24];

- копия материалов конкурса «Народная марка», размещенных на сайте www.narodnayamarka.ru [25];

- результаты рейтинга «Любимые бренды россиян», 2008, 2009 годы (www.top20brands.ru) [26];

- отчет по исследованию «Признание товарного знака  по международной регистрации №699437 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 [27];

- маркетинговый отчет «Исследование о восприятии бренда России», Москва, 2007 – 2008 годы [28];

- маркетинговый отчет «Образ и презентация бренда», октябрь 2008 года [29];

- оригинал справки, заверенной уполномоченным лицом компании «Адидас АГ», подтверждающая достоверность информации, используемой в заявлении [30].

Правовая база для рассмотрения заявления от 22.09.2014 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 признания товарного знака общеизвестным в Российской Федерации, утвержденные приказом Роспатента от 17.03.2000 за №38, зарегистрированным Министерством юстиции Российской Федерации 18.05.2000, регистрационный №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 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 ОИ 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 №699437А общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, показал следующее.


Заявитель является одной из крупнейших и лидирующих в мире транснациональных 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 разного рода текстиля для различных видов спорта. Более 170 филиалов, расположенных в разных странах мира, гарантируют присутствие продукции заявителя на мировых рынках .


Продажи компании в 2010 году составили 11,99 млрд. евро; чистая прибыль составила 567 млн. евро; в 2012 году доходы заявителя составили 14,488 млрд. евро, а прибыль – 1,185 млрд. евро [2].

На протяжении многих лет все изделия, выпускаемые заявителем, делились на два направления: спортивная обувь и одежда и аксессуары. После того, как в результате изменений, произошедших в руководстве компании «адидас АГ» в течение 2001-2002 годов, появились три подразделения: «adidas Sport Perfomance», «adidas Sport Originals» и «adidas Sport Style», обозначение  использует подразделение «adidas Sport Perfomance».


Изобразительное обозначение , которое используется заявителем с 1990 года, как указано выше, по его поручению было зарегистрировано в Международном Бюро ВОИС под № 699437 на имя компании «adidas International B.V.» - аффилированной компании заявителя, созданной как структура, занимающаяся во всем мире лицензированием и рекламой продукции, произведенной заявителем. В качестве товарного знака указанное обозначение охраняется практически во всех странах мира [3].


В 1992 году в Российской Федерации открылось представительство компании «адидас АГ», главной задачей которого стало активное продвижение товаров заявителя на российском рынке. В том же 1992 году создано Акционерное общество закрытого типа «Адидас-Москва.Ltd» со 100% участием иностранного капитала, единственным учредителем которого явился заявитель. В 1996 году наименование общества было изменено на ЗАО «Адидас-Москва.Ltd», а в 1998 году оно было реорганизовано в форме преобразования в ООО «АДИДАС» [4].

До 2009 года использование товарного знака  на территории Российской Федерации осуществлялось компанией «adidas International B.V.» под контролем заявителя.



В Федеральной службе по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) 15.07.2009 был зарегистрирован лицензионный договор между заявителем (лицензиат) и компанией «adidas International B.V.» (лицензиар) на использование знака  по международной регистрации №699437, в соответствии с которым лицензиар предоставляет лицензиату исключительную лицензию с правом на предоставление


сублицензии [5]. Одновременно в Роспатенте был зарегистрирован сублицензионный договор между заявителем и ЗАО «Адидас-Москва.Ltd» (затем ООО «АДИДАС») на использование знака [6].


Таким образом, на территории Российской Федерации ООО «АДИДАС» предоставлено исключительное право на использование знака  по международной регистрации №699437 (с 18.09.2013 года - №699437А), включая производство, продвижение и реализацию товаров, маркированных этим знаком.


Подтверждением интенсивного использования на территории Российской Федерации знака  в отношении спортивных сумок, спортивной одежды, обуви, головных уборов и спортивных товаров, включая мячи, являются данные, предоставленные заявителем [30], касающиеся импорта товаров в Россию.



Так, импорт спортивной одежды в 2008 году составил 8 405 460 штук на сумму 2 522 603,65 евро, а в 2013 году эта цифра составила 19 497 060 штук на сумму 13 392 809 89 евро. Импорт головных уборов в 2008 году составил 896 248 штук на сумму 113 237,91 евро, а в 2013 году он вырос до 1 918 490 штук. Импорт спортивной обуви в 2008 году составил 3 807 814 штук пар на сумму 673 340,84 евро, а к 2013 году это количество возросло до 5 288 266 на сумму 985 332,12 евро. Импорт спортивных товаров, включая мячи, в 2008 году составил 632 925 штук на сумму 320 880,82 млн.долларов США, а в 2013 году – 1 196 478 на сумму 1 398 747,38 евро. Импорт спортивных сумок составил 397 772 штуки на сумму 100 282,15 евро, а в 2013 году – 674 182 на сумму 30 316,41 евро.


В 2009 году суммарный объем продаж указанных товаров под знаком  на территории России составил 3 730 345,37 евро, а к началу 2014 года этот объем достиг 15 807 637,40 евро. Таким образом, к 01.01.2014 объемы реализации продукции, маркированной знаком , однозначно показывают высокую степень его использования.



Сведения, подтверждающие использование знака  на товарах 18 (спортивные сумки), 25 (спортивная одежда, спортивная обувь, головные уборы), 28 (спортивные товары, мячи) классов МКТУ, отражены в каталогах за период с 1997 по 2014 годы [8] – [9].


На 01.01.2014 почти во всех регионах и крупных городах Российской Федерации было открыто 356 розничных магазинов, через которые происходит реализация товаров, маркированных, в том числе, знаком , что подтверждает широкий географический охват рынка сбыта продукции [10].



Согласно маркетинговой политике заявителя обозначение  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 «Адидаас АГ». Вместе с тем, исходя из существующей стратегии развития компании, в целом расходы на маркетинг и рекламу распределяются пропорционально объемам продаж.


Для продвижения товаров, маркированных, в том числе знаком , 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 [13] - [23]. Кроме того, заявитель занимается организацией и проведением спортивных мероприятий, спонсорством, привлечением известных артистов, спортсменов, телеведущих для рекламы продукции и повышения потребительского интереса к ней. Для продвижения товаров, маркированных знаком , заявитель специально придумал спортивную игру для тинэйджеров «стритбол», с помощью которой омолаживается его потребительская аудитория и стимулируется посещение магазинов потенциальными покупателями [24].


Результатом интенсивного использования знака  на российском рынке потребительских товаров являются его победы на конкурсах «Народная марка» и присуждение титула «Супербренд» [25] – [26].


Широкий географический охват рынка, а также активная рекламная политика привели к увеличению объемов продаж спортивной одежды, обуви, головных уборов, спортивных сумок и спортивных товаров, включая мячи, под знаком . Для продвижения в России товаров под знаком  в 2008 году заявитель затратил 1,6 млн. евро, а в 2012 году маркетинговый бюджет уже составил 20,2 млн. евро [30].

Резюмируя изложенное, можно сделать вывод о том, что на 01.01.2014 продукция заявителя – спортивные сумки, спортивная одежда, спортивная обувь, головные уборы, спортивные товары, включая мячи, маркированная знаком , получила широкую известность среди российского потребителя, что подтверждается результатами исследования, проведенного Аналитическим центром Юрия Левады с 26 января по 03 февраля 2010 [27].

Результаты исследования показали, что известность знака  в России составляет 60%, при этом в сознании подавляющего большинства (93%) российских потребителей знак  связывается со спортивными сумками, спортивной одеждой, обувью, головными уборами, мячами.

Подавляющее большинство (93%) тех, кому известен знак  по международной регистрации №699437А, использующийся для маркировки товаров 18 класса МКТУ (спортивные сумки), 25 класса МКТУ (спортивная одежда, обувь, головные уборы), 28 класса МКТУ (мячи), впервые узнали о товарах, маркированных этим знаком, до 2009 года.

Из тех, кто смог назвать владельца знака  по международной регистрации №699437А, уверенно назвали компанию «Адидас АГ» 90% респондентов.

Таким образом, результаты исследования свидетельствуют об устойчивой ассоциативной связи в сознании потребителя между знаком  по международной регистрации №699437А и компанией «адидаас АГ» в отношении таких товаров, как спортивные сумки, спортивная одежда, спортивная обувь, головные уборы, мячи.

Экспертная комиссия считает представленные фактические данные убедительным доказательством общеизвестности знака по международной регистрации №699437А на 01.01.2014 в отношении товаров 18 класса МКТУ «спортивные сумки», 25 класса МКТУ «спортивная обувь, спортивная одежда, головные уборы», 28 класса МКТУ «спортивные товары, мячи» на имя компании «адидаас АГ».

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

удовлетворить заявление от 22.09.2014 и признать с 01.01.2014 знак по международной регистрации №699437А общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком в отношении товаров 18 класса МКТУ «спортивные сумки», 25 класса МКТУ «спортивная обувь, спортивная одежда, головные уборы», 28 класса МКТУ «спортивные товары, мячи» на имя компании «адидаас АГ», Германия.