


ЗАКЛЮЧЕНИЕ **по результатам рассмотрения заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003 № 4520, Правилами признания товарного знака общеизвестным в Российской Федерации, утвержденными Приказом Роспатента от 17.03.2000 № 38, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.05.2000 за № 2231 (с изменениями от 05.03.2004) рассмотрела заявление, поступившее 05.02.2015, о признании товарного знака по свидетельству № 459588 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.02.2015 в отношении услуг 38 класса МКТУ на имя правообладателя ЗАО «Европа Плюс» (далее - заявитель).



Товарный знак  по свидетельству № 459588 с приоритетом от 21.11.2011 зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее - Госреестр) 16.04.2012 в отношении товаров 09, 16, 25, услуг 35, 38, 41 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства, в бело-светло-красном-красном-темно-красном-светло-синем-синем-темно-синем цветовом сочетании.

В корреспонденции, поступившей 19.06.2015, заявитель ограничил первоначально испрашиваемый объем притязаний услугой 38 класса МКТУ «радиовещание».

В качестве подтверждения общеизвестности товарного знака по свидетельству № 459588 в отношении испрашиваемой услуги 38 класса МКТУ

«радиовещание» заявителем представлены следующие комплекты документов от 04.02.2015, 19.06.2015, 29.09.2015:

- копия свидетельства на товарный знак № 459588, а также сведения о нем с сайта www.1fips.ru – [1];
- журналы Европейской медиагруппы «EMG» за 2012-2015 - [2];
- справки «TNS Россия» об аудитории радиостанций в России (города с населением более 100 тыс. человек) в 2012-2014 гг., а также в период 2008-2014 гг. - [3];
- сводные таблицы за период апрель 2012 - август 2014 в части затрат на рекламу товарного знака по свидетельству № 459588 - [4];
- сведения о позиционировании товарного знака по свидетельству № 459588 в социальных сетях, а также материалы, подтверждающие посещаемость страниц радиоканала «Европа Плюс» в социальных сетях в 2012-2014 гг. - [5];
- сводная таблица «Населенные пункты вещания, в которых установлены передатчики, осуществляющие трансляцию радиостанции Европа Плюс» - [6];
- краткая биография - [7];
- копии, а также оригиналы договоров, приложений и сопроводительной документации к ним - [8];
- копии свидетельств о регистрации средств массовой информации Эл № ФС77-48287 от 23.01.2012, Эл № ФС77-59972 от 21.11.2014, доменного имени europaplus.ru от 29.06.1997 - [9];
- копия лицензии на осуществление радиовещания «РВ № 20597» от 20.04.2012 и приложений к ней - [10];
- выдержки из газет и журналов, а также общая информация об изданиях, реестр сертифицированных изданий по данным среднего разового тиража одного выпуска за III квартал 2011 года - [11];
- информация о рейтингах радиостанции «Европа Плюс» за разные годы в различных городах Российской Федерации - [12];
- материалы из свободной энциклопедии «Википедия» о радиостанции «Европа Плюс» (<https://ru.wikipedia.org/wiki/>) - [13];

- презентации радиостанции «Европа Плюс» по городам: Москва, Ростов-на-Дону, Екатеринбург, Белгород, подготовленные Белгородской Медиа Группой - [14];
- фотографии рекламных плакатов, фойе кинозалов, а также сведения о проведении культурно-массовых мероприятий - [15];
- копии договоров №№ 507 от 30.01.2015, 03/11-2011-01 от 03.11.2011 на изготовление рекламно-сувенирной продукции, а также перечень договоров на изготовление сувенирной продукции с логотипом «Европа Плюс» (товарный знак по свидетельству № 459588) - [16];
- сведения из Единого государственного реестра юридических лиц - [17];
- копия агентского договора № 1 от 01.02.2004 и сопроводительной документации к нему - [18];
- справка «TNS Россия» о знании радиостанций в России (города с населением более 100 тыс. человек) в 2008-2014 гг. - [19];
- сведения о посещаемости сайта <http://www.euroaplus.ru/> в 2012, 2013, 2014 гг. - [20];
- перечень договоров, подтверждающих осуществление ретрансляции радиоканала «Европа Плюс» в Российской Федерации и за рубежом - [21];
- перечень городов, в которых осуществляется вещание радиоканала «Европа Плюс» с информацией о частоте, на которой происходит вещание с аудиторией радиоканала по количеству человек - [22];
- копии лицензионных договоров, соглашений и сопроводительной документации к ним на предоставление использования радиоканала, трансляции программы «Европа Плюс» - [23];
- сводные таблицы по внеэфирным мероприятиям, проведенным при поддержке «Европа Плюс» в Самаре, Тольятти за период 2012-2014 гг., а также по внеэфирной активности «Европа Плюс» в Москве, Санкт-Петербурге за период 2008-2014, отдельно в Москве за период 2011-2014, в Нижнем Новгороде за период 2013-2015, в Перми за период 2012-2015 - [24];
- материалы в отношении проводимых внеэфирных мероприятий - [25];

- список изданий, размещавших информацию о «Европа Плюс», сопровождаемую товарным знаком по свидетельству № 459588 за период 2009-2014 гг. - [26].

Изучив материалы дела и заслушав участвующих в рассмотрении заявления, поступившего 05.02.2015, коллегия установила следующее.

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты его подачи (05.02.2015), включает Парижскую конвенцию по охране промышленной собственности (Париж, 20 марта 1883 г.) (далее – Парижская конвенция), часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации (далее - Кодекс), Правила подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденные приказом Роспатента от 22.04.2003 № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003 № 4520 (далее – Правила ППС) и 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 от 05.03.2004) (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 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 1.10. Правил ППС в Палату по патентным спорам может быть подано заявление о признании товарного знака общеизвестным в Российской Федерации.

В соответствии с пунктом 2.5. Правил ППС заявление, предусмотренное пунктом 1.10. настоящих Правил ППС, и/или прилагаемые к нему материалы должны содержать фактические данные, подтверждающие общеизвестность товарного знака.

В соответствии с пунктом 2.2. Правил ОИ фактические данные, подтверждающие общеизвестность товарного знака, которые должны содержать заявление в соответствии с пунктом 2.5. Правил ППС, 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.

Согласно пункту 3.2 Правил ОИ товарный знак не может быть признан общеизвестным в случае, если представленные заявителем в соответствии с пунктом 2 Правил ОИ фактические данные не подтверждают общеизвестность товарного знака с даты, указанной в заявлении; имеется товарный знак, тождественный или сходный до степени смешения с товарным знаком заявителя, зарегистрированный или заявленный на имя иного лица в отношении однородных товаров и имеющий приоритет более ранний, чем дата, с которой заявитель ходатайствует признать свой товарный знак общеизвестным.



Товарный знак  по свидетельству № 459588 с приоритетом от 21.11.2011 зарегистрирован в Госреестре 16.04.2012, в частности,

в отношении услуги 38 класса МКТУ «радиовещание». Правообладателем знака по свидетельству № 459588 является ЗАО «Европа Плюс», Москва (как указывалось выше заявитель). Фирменное наименование правообладателя «Европа Плюс» фонетически и семантически совпадает со словесным элементом «Еуропа Plus» товарного знака по свидетельству № 459588.

Признание указанного товарного знака по свидетельству № 459588 общеизвестным товарным знаком в Российской Федерации испрашивается для услуги 38 класса МКТУ «радиовещание» с 01.02.2015.

Анализ документов, представленных заявителем, показал следующее.

Заявитель явился первой коммерческой частной радиостанцией в СССР и потом, в Российской Федерации (начало 1990 года). Создателями «Европы Плюс» являются Жорж Полински (Франция) и Андрей Анисенко. Жорж Полински - один из пионеров французского независимого радиовещания. В СССР монополия на телевизионное и радиовещание принадлежало Государственному комитету СССР по телевидению и радиовещанию. В то время на УКВ (65,9 МГц – 74 МГц) на длинных и средних волнах звучали только четыре государственные радиостанции. FM диапазон (87,5-108 МГц) вообще не эксплуатировался и стал доступным для радиовещания только с начала 1990 года. В октябре 1988 года у Ж. Полински появилась идея создания в СССР первой коммерческой радиостанции. Вопрос о создании совместной радиостанции решался на самом высоком уровне с привлечением Председателя Гостелерадио (А.Н. Аксенов) и вопрос был впоследствии утвержден на заседании Политбюро во главе с М.С. Горбачевым. «Европа Плюс Москва» вышла в эфир 30.04.1990 года на частоте 106,2 FM. О будущей радиостанции начали говорить в печати. С первых же дней вещания «Европа Плюс Москва», «Европа Плюс Ленинград» стали пользоваться огромной популярностью. Третьим городом вещания программ «Европы Плюс» становится Самара. В связи с началом развития сети вещания радиостанции принимается решение переименовать программу из «Европа Плюс Москва» в просто «Европу Плюс» (февраль 1991 года). После распада СССР СП «Европа плюс СССР» было переименовано в «Европа Плюс», а впоследствии в ЗАО «Европа Плюс». С февраля 1992 года начинается активное участие

радиоканала «Европа Плюс» в международных мероприятиях. Именно на радиоканале «Европа Плюс» были отработаны новые методы радиовещания, появились первые ди-джеи, первая радиореклама, первые игры и конкурсы в эфире, первые хит-парады и т.д. При поддержке и участии радио «Европа Плюс» проходят концерты, фестивали, выходят диски, открываются выставки, проходят кино-события страны и т.д. [7], [11], [13], [14].

Компания заявителя была реорганизована из СП «Европа плюс СССР» и стала называться ЗАО «Европа Плюс» в 1994 году. Основным видом деятельности является деятельность в области радиовещания и телевидения.

Деятельность на осуществление радиовещания заявителем подтверждена лицензией, которая выдана в порядке переоформления лицензий от 2007, 2009, 2010, 2011 годов [10]. В лицензии [10] отмечена программная концепция вещания: 168 часов – общий объем вещания в неделю (ежедневно, круглосуточно), направление вещания – музыкальное и информационное. Заявителю принадлежит домен «europaplus.ru» (29.06.1997) и радиоканал с названием «Европа Плюс» (с января 1991) [9]. В документах [9] также отражено, что радиопрограмма «Европа Плюс» зарегистрирована Министерством печати и массовой информации РСФСР – свидетельство № 563 от 04.01.1991.

Согласно документам [3] по данным «TNX Radio Index – Россия» за период 2008-2014 годы аудитория радиостанции «Европа Плюс» (города с населением более 100 тыс. человек от населения 12 лет и старше) занимает стабильное первое место в рейтинге из 26 радиостанций.

В материалах [12] приведена информация о рейтингах радиостанции «Европа Плюс» с 2005 по 2014 годы. Так, по данным «TNS/Gallup Media», «Комкон Media» на 2005 год «Европа Плюс» занимает второе место со среднесуточной аудиторией более 1 000 000 человек. В 2008 году «Европа Плюс» занимает первое место среди радиостанций по объему аудитории в Российской Федерации, при этом ежедневно «Европу Плюс» выбирают почти 11 миллионов человек. В 2010 и 2011 годах лидирующие позиции «Европы Плюс» сохраняются. По состоянию на 2013-2014 по данным исследования «TNS Россия»

«Европа Плюс» лидирует среди радиостанций по объему аудитории в Красноярске и Великом Новгороде.

Согласно презентациям [14] радиостанция «Европа Плюс» по городам: Москва, Ростов-на-Дону, Екатеринбург, Белгород, подготовленные Белгородской Медиа Группой - это лидер российского эфира, крупнейшая сеть вещания, охватывающая более 2400 городов. Там же отражено, что в 2013, 2014 годах «Европа Плюс» занимает первое место по количеству слушателей и их возрастным категориям в Москве (до 35 лет – 41,6%; 18-44 – 36,8%; 20-34 – 39,6%), в Ростове-на-Дону (25-34 – 31%; 35-44 – 16%), в Екатеринбурге (20-29 – 44%; 30-39 – 18%), в Белгороде (20-34 – 42,7 %, до 20 лет – 12,9 %).

По сведениям источника «TNX Radio Index – Россия» знание радиостанции «Европа Плюс» в Российской Федерации (города с населением более 100 тыс. человек) в период 2008-2014 имеет нарастающий итог 55647 - 59790 (тыс. человек), 91,9 - 95,1 (% от населения 12 лет и старше) [19].

Материалы [6] свидетельствуют о том, что на дату подачи заявления региональная сеть радиостанции «Европа Плюс» насчитывает 298 пунктов установки передатчиков в 7 странах (Российская Федерация – 268, Украина – 22, Казахстан – 1, Киргизия – 3, Молдова – 1, Белоруссия – 2, Латвия – 1). При этом вещание охватывает более 2400 городов и населенных пунктов Российской Федерации, стран ближнего и дальнего зарубежья. В материалах [21] приведен перечень договоров, подтверждающих осуществление ретрансляции радиоканала «Европа Плюс» в Российской Федерации и за рубежом. Перечень городов (310), в которых осуществляется вещание радиоканала «Европа Плюс» с информацией о частоте вещания, аудитории радиоканала, приведен в материалах [22].

Сведения о посещаемости сайта <http://www.europaplus.ru/> в период 2012-2015 гг. отображены в материалах [20]. Наибольшие пики активности наблюдаются в периоды: 01.11.2012, 01.09.2013, 01.02.2014, 01.12.2014, начало 2015 года. Документы [5] подтверждают посещаемость страниц радиоканала «Европа Плюс» в социальных сетях. Согласно представленным данным количество подписчиков за период 2012-2015 возросло более чем в шесть раз.

Изначально заявителем была использована фонетическая составляющая «Еуропа Плюс» («Европа Плюс») товарного знака по свидетельству № 459588 в качестве слогана в эфирах одноименной радиостанции [7], [13].

Впоследствии деятельность заявителя с целью проведения культурно-массовых мероприятий стала сопровождаться интенсивным использованием комбинированного товарного знака по свидетельству № 459588. Первое размещение товарного знака по свидетельству № 459588 зафиксировано в документах за 2008 год. Например, в печатных версиях журналов «StarHit» (октябрь, сентябрь 2008), «TOPBEAUTY» (декабрь 2009) присутствует товарный знак по свидетельству № 459588 и освещены новости самой радиостанции [8].

Агентский договор [18], заключенный между заявителем и ЗАО «Медиа Плюс» (агент), направлен на совершение сделок агентом по размещению рекламных материалов, а также осуществлению иных действий, необходимых для исполнения поручений заявителя. Договоры [8] заключены агентом в интересах заявителя, а также самим заявителем в период 2004-2014.

Особому вниманию подлежит часть договорных отношений [8] за период 2008-2014, касающихся оказания услуг по размещению рекламы в эфире радиостанции «Европа Плюс» рекламных материалов заказчика. Так, например, в эфире радиостанции рекламировались: фильм «7 психопатов», фильм «Черепашки-Ниндзя», фильм «Дракула», концерт Тимати, концерт Мoby, фильм «Алиса в Стране чудес», радиоролик журнала «StarHit» и т.д. Впоследствии, при проведении самого мероприятия осуществлялось рекламирование радиостанции «Европа Плюс» с указанием товарного знака по свидетельству № 459588.

В документах [2,5,8,11,14-16,20,24,25,26] отражено интенсивное использование товарного знака по свидетельству № 459588. Так, товарный знак по свидетельству № 459588 размещался в том виде, как он зарегистрирован: на щитах (в том числе, в метро, на улицах городов), билбордах и светодиодных электронных панно, экскурсионных автобусах, фасадах зданий, в полиграфической продукции (постеры, листовки, наклейки, стикеры и т.д.), при проведении рекламы в кинотеатрах, на внутренней и сопроводительной документации (в том числе, договорного характера), журналах, 3D-выставках и

т.д. География распространения рекламы, а также проведения культурно-массовых мероприятий, сопровождаемых использованием товарного знака по свидетельству № 459588 достаточно высока: Москва, Санкт-Петербург, Волгоград, Воронеж, Екатеринбург, Казань, Краснодар, Новосибирск, Нижний Новгород, Пермь, Ростов-на-Дону, Тюмень, Уфа, Челябинск и др.

В материалах [11,26] размещен не только товарный знак по свидетельству № 459588, но также приведены сведения о периодичности и тиражах печатной продукции. В частности, представленный журнал «GRAZIA» (номера за 2013 год) имеет тираж 100 000 экз., периодичность выхода 1 раз в неделю, аудиторию номера 150 000 человек. Документы [26] содержат список печатных изданий (Жизнь, Антенна, Комсомольская правда и т.д.), в которых рекламная информация о «Европе Плюс» размещалась 830 раз за период 2009-2015 гг.

Затраты, производимые заявителем на рекламные кампании и размещение информационных материалов в отношении услуг, обозначаемых товарным знаком по свидетельству № 459588, а также его развитие и продвижение обладают колоссальными объемами: за апрель 2012 - август 2014 затраты составляют 436 204 010, 52 рублей (среди них: реклама в кинотеатрах, наружная реклама, реклама в прессе, реклама в сети Интернет и по телевидению). Первое место среди указанных затрат составляет реклама по телевидению (190 539 740, 19 рублей) [4].

Информация по внеэфирным мероприятиям, проведенным при поддержке радиостанции «Европа Плюс» за период 2008-2015 гг. в Самаре, Тольятти, Санкт-Петербурге, Москве, Нижнем Новгороде, Перми отражена в документах [24,25]. В графе «название мероприятия» перечислены ведущие концерты и выступления звезд, ансамблей современной отечественной и зарубежной музыки: Вера Брежнева, Ева Польна, СТИНГ, Квест Пистолс, Ньюша, Би-2, Дыхание ночи, Трио Comedy, Ёлка, Мадонна, Justin Timberlake и т.д. В тех же документах представлены афиши, плакаты, постеры с рекламой проводимых мероприятий и изображением товарного знака по свидетельству № 459588. В материалах [24,25] также отражено, что за указанный период времени при поддержке «Европы Плюс» было проведено:

- 84 внеэфирных мероприятий в Самаре и Тольятти, в общей сложности их посетило около 54 000 человек;
- 45 внеэфирных мероприятий в Санкт-Петербурге, в общей сложности их посетило около 525 000 человек;
- бесплатные мероприятия «Европа Плюс Live», «Живой завтрак» в Москве посетило около 103 368 000 человек;
- 10 внеэфирных мероприятий в Нижнем Новгороде, в общей сложности их посетило около 39 500 человек;
- 28 внеэфирных мероприятий в Перми, в общей сложности их посетило около 242 100 человек;
- 67 внеэфирных мероприятий в Москве (без учета бесплатных мероприятий «Европа Плюс Live», «Живой завтрак»), в общей сложности их посетило около 1 332 100 человек.

В рамках документов [16] приведены сведения на изготовление сувенирной продукции, маркируемой товарным знаком по свидетельству № 459588 за период 2011, 2014, 2015. Заказчиком рекламно-сувенирной продукции выступал заявитель.

Документы [17] касаются учреждения заявителем дочерних предприятий в Санкт-Петербурге и Выборге. Радиовещание в таких городах как: Саранск, Томск, Смоленск, Иркутск, Екатеринбург, Витебск и т.д. осуществляется лицензиатами в рамках лицензионных договоров и соглашений с заявителем [23].

Давняя история создания радиостанции «Европа Плюс», ведущие места в рейтингах, а также активные рекламные и культурно-массовые мероприятия, сопровождаемые использованием графически проработанного товарного знака по свидетельству № 459588, привели к его всеобщей известности, высокой репутации.

Таким образом, коллегия полагает, что представленные заявителем (правообладателем) фактические данные позволяют сделать обоснованный вывод об общеизвестности в Российской Федерации используемого заявителем



(правообладателем) товарного знака по свидетельству № 459588 в отношении услуги 38 класса МКТУ «радиовещание».

Руководствуясь Парижской конвенцией, Кодексом и Правилами ОИ, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

удовлетворить заявление, поступившее 05.02.2015, признать товарный знак согласно государственной регистрации № 459588 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.02.2015 на имя ЗАО «Европа Плюс» в отношении услуги 38 класса МКТУ «радиовещание».