

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации (далее – Кодекс), рассмотрела заявление, поступившее 25.04.2016, о признании товарного знака «**PEPSI**» по свидетельству №34035 общеизвестным на территории Российской Федерации с 01.01.1999 на имя компании «ПепсиКо, Инк., корпорация штата Северная Каролина», США (далее – заявитель, «ПепсиКо»), в отношении товаров 32 класса МКТУ «безалкогольные напитки».

Товарный знак по свидетельству №34035 с приоритетом от 11.01.1967 зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 16.10.1967 в отношении товаров 32 класса МКТУ, указанных в перечне регистрации.

Товарный знак по свидетельству №34035 представляет собой словесное обозначение «**PEPSI**», выполненное заглавными буквами латинского алфавита стандартным шрифтом.

В Роспатент поступило заявление от 25.04.2016 о признании товарного знака по свидетельству №34035 общеизвестным товарным знаком в Российской Федерации с 01.01.1999 на имя заявителя в отношении товаров 32 класса МКТУ «безалкогольные напитки».

Для подтверждения общеизвестности указанного выше товарного знака заявителем были представлены следующие документы:

- изображение товарного знака по свидетельству №34035 (1);
- копия свидетельства на рассматриваемый товарный знак (2);
- извлечения из базы данных Ведомства США по патентам и товарным знакам в отношении регистраций №№40619, 824150 (3);
- сведения о товарных знаках «PEPSI» заявителя, действующих на территории Российской Федерации и во всем мире (4);

- информация о стоимости товарного знака «PEPSI» (5);
- материалы об истории заявителя (6);
- материалы об истории товарного знака «PEPSI» (7);
- информация о положении заявителя на рынке (8);
- информация об истории и присутствии заявителя в России (9);
- выдержки из печатных изданий за 1990-1996 гг. (10);
- информация о структуре владения ООО «ПепсиКо Холдингс» и контрагентах ООО «ПепсиКо Холдингс» (11);
- информация о рекламных компаниях заявителя (12);
- информация о затратах заявителя на рекламу в России (13);
- информация о спонсорской деятельности заявителя (14);
- информация о благотворительных проектах заявителя (15);
- информация об упоминаниях товарного знака «PEPSI» в произведениях кино, музыки, литературы (16);
- опрос общественного мнения (17).

В ходе рассмотрения заявления заявителем были представлены дополнительные материалы (18) и изображения (19), касающиеся использования им товарного знака «PEPSI» в разное время.

Кроме того, заявитель ходатайствовал об изменении даты, с которой испрашивается признание товарного знака «**PEPSI**» по свидетельству №34035 общеизвестным товарным знаком в Российской Федерации, с 01.01.1999 на 31.12.1999. На заседании коллегии, состоявшемся 25.10.2016, указанное ходатайство было рассмотрено и удовлетворено.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения заявления, коллегия установила следующее.

Правовая база для рассмотрения заявления 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, Административный регламент предоставления Федеральной службой по

интеллектуальной собственности государственной услуги по признанию товарного знака или используемого в качестве товарного знака обозначения общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, утвержденный приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 27.08.2015 № 602, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 30.09.2015 за №39065 (далее – Административный регламент 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.

В соответствии с абзацем первым и подпунктом 3 пункта 17 Административного регламента ОИ исчерпывающий перечень документов, необходимых в соответствии с нормативными правовыми актами для предоставления государственной услуги, подлежащих представлению заявителем, включает, в том числе, подтверждающие общеизвестность товарного знака или обозначения материалы. Заявитель имеет право представить в Роспатент документы, содержащие следующие сведения:

- об интенсивном использовании товарного знака или обозначения, в частности, на территории Российской Федерации. При этом по инициативе заявителя указываются: дата начала использования товарного знака, перечень населенных пунктов, где производилась реализация товаров, в отношении которых

осуществлялось использование товарного знака или обозначения; объем реализации этих товаров; способы использования товарного знака или обозначения; среднегодовое количество потребителей товара; положение изготовителя на рынке в соответствующем секторе экономики и тому подобные сведения;

- о странах, в которых товарный знак или обозначение приобрели широкую известность;

- о произведенных затратах на рекламу товарного знака или обозначения (например, годовые финансовые отчеты).

- о стоимости (ценности) товарного знака в соответствии с данными, содержащимися в годовых финансовых отчетах;

- о результатах опроса потребителей товаров по вопросу общеизвестности товарного знака или обозначения, проведенного специализированной независимой организацией, которые могут быть оформлены с учетом рекомендаций, размещенных на интернет-сайте Роспатента.

При анализе обозначения, описание которого приведено выше в заключении, на предмет возможности признания его с 31.12.1999 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком на имя заявителя в отношении товаров 32 класса МКТУ «безалкогольные напитки», установлено следующее.

История создания и совершенствования безалкогольного напитка «PEPSI» уходит своими корнями в 1893 год, когда фармацевтом из города Нью-Берн, США, был создан напиток под названием «Brad's Drink», состоящий из смеси воды и сиропа, в который входил сахар, карамель, лимонное масло, мускатный орех и иные натуральные масла и экстракты. В 1898 году напиток был переименован в Pepsi-Cola, а в 1902 году была основана одноименная компания – The Pepsi-Cola Company, которая к 1910 году насчитывала 240 представительств в 24 штатах США.

В 1965 году посредством слияния компании The Pepsi-Cola Company с компанией-производителем соленых закусок Frito-Lay была образована компания-заявитель (ПепсиКо, Инк.), выпускающая 123 года один из самых популярных безалкогольных напитков в мире «PEPSI», что подтверждается приложенными в заявлении документами (6, 7).

На российском (советском) рынке потребители впервые познакомились с напитком «PEPSI» в июне 1959 года, когда в Москве была проведена первая Американская национальная выставка, которую посетили почти 3 миллиона человек, где было выпито более 3 миллионов стаканов «PEPSI».

Первая партия безалкогольных напитков «PEPSI» поступила в продажу в Советском Союзе в 1973 году, благодаря договоренности о двусторонней торговле между Советским Союзом и США.

В 1974 году в Новороссийске был открыт первый завод по производству и розливу безалкогольных напитков «PEPSI», в 1978 году – в Евпатории, в 1981 году – в Новосибирске, в 1997 году – в Самаре, в 1998 году – в Екатеринбурге, в 1999 году – в Санкт-Петербурге, в 2009 году - в городе Домодедово (Московская область).

В период с 1974 по 1999 годы заявитель открыл собственное производство в 6 городах Советского Союза и Российской Федерации, охватив тем самым большинство регионов России, включая Южный федеральный округ (Новороссийск, включает 6 субъектов РФ), Крымский федеральный округ (Евпатория, включает 2 субъекта РФ), Сибирский федеральный округ (Новосибирск, включает 12 субъектов РФ), Приволжский федеральный округ (Самара, включает 14 субъектов РФ), Уральский федеральный округ (Екатеринбург, включает 6 субъектов РФ), Северо-западный федеральный округ (Санкт-Петербург, включает 11 субъектов РФ).

С целью занять лидирующую позицию на российском рынке и укрепить продуктовый портфель линейкой новой продукции заявителем в 2008 году был приобретен известный в России производитель соков ОАО «Лебедянский» и в 2011 году производитель молочных продуктов, детского питания и соков - компания «Вимм-Билль-Данн».

Заявитель занимает ведущие позиции на российском рынке, например, в сегменте безалкогольных напитков (PEPSI, Adrenaline Rush, Русский дар), чипсов и снеков (Lay's, Cheetos, ХрусTeam), соков и нектаров (Я, Фруктовый Сад, J7, Любимый), молочной продукции (Домик в деревне, Веселый молочник, Чудо, Bio Мах, Имунеле), детского питания (Агуша), бутилированной воды (Аква Минерале, Эссендуки, Родники России).

Заявитель имеет представительство на территории России в лице ООО «ПепсиКо Холдингс», учрежденного в 2001 году. ООО «ПепсиКо Холдингс» с согласия и под контролем заявителя производит и продает на территории Российской Федерации безалкогольные напитки, маркированные товарным знаком «PEPSI», посредством широкой дистрибьюторской сети. Владельцами ООО «ПепсиКо Холдингс» являются Пепси Боттлинг Груп ГмбХ (Pepsi Bottling Group GmbH, 99% уставного капитала) и ПРБ Люксембург Интернэшнл С.а.р.л. (PRB Luxemburg International S.a.r.l., 1% уставного капитала). Конечным владельцем указанных компаний является заявитель, ПепсиКо, Инк. (11).

ООО «ПепсиКо Холдингс» заключены более 250 договоров с компаниями по всей территории России на поставку безалкогольных напитков «PEPSI» (11).

ООО «ПепсиКо Холдингс» имеет сеть филиалов, охватывающих всю территорию России, с офисами в следующих регионах: Москва, Санкт-Петербург, Республика Башкортостан (Уфа), Республика Бурятия (Улан-Удэ), Республика Северная Осетия (Владикавказ), Республика Татарстан (село Большие Кабаны), Республика Чувашия (Чебоксары), Краснодарский край (Армавир, Краснодар, Сочи), Красноярский край (Красноярск), Пермский край (Пермь), Ставропольский край (Ессентуки, Минеральные Воды, Пятигорск, Ставрополь), Астраханская область (Астрахань), Волгоградская область (Волгоград), Калининградская область (Калининград), Кемеровская область (Новокузнецк), Московская область (Домодедово, Реутов), Нижегородская область (Нижний Новгород), Новосибирская область (Новосибирск), Омская область (Омск), Оренбургская область (Оренбург), Пензенская область (Пенза), Ростовская область (Батайск, Ростов-на-Дону), Самарская область (Самара), Саратовская область (Саратов), Свердловская область (Екатеринбург), Томская область (Томск), Тульская область (Тула), Тюменская область (Тюмень), Ульяновская область (Ульяновск), Челябинская область (Челябинск).

На сегодняшний день заявитель является одним из крупнейших игроков рынка безалкогольных напитков. Доля заявителя на мировом рынке безалкогольных

напитков оценивается в 30%. Выручка заявителя составляет около 65 миллиардов долларов США в год.

Объем продаж продукции заявителя в мире стабильно растет: с 28,47 миллиардов долларов США в 1994 году до 66,68 миллиардов долларов США в 2014 году. Объем продаж на рынке Российской Федерации вырос с 67 млн. литров в 1999 году до более 440 млн. литров в 2015 году.

По оценкам Центра маркетинговых исследований «МосВнешИнформ», проводящего с 1993 года исследования рынка потребительских товаров, доля товаров, маркированных товарным знаком «PEPSI», на российском рынке в общих объемах продаж категории сладких газированных безалкогольных напитков стабильно росла в период с 1999 по 2014 год с 3,6% до 8%. Доля товаров, маркированных товарным знаком «PEPSI» на российском рынке в отношении объема продаж категории сладких газированных безалкогольных напитков со вкусом «кола» выросла с 17,2% в 1999 году до 32,7% в 2014 году (8).

Согласно исследованию крупнейшей международной консалтинговой компании в области управления HayGroup заявитель вошел в десятку «Лучших компаний для лидеров» в России в 2014 году. В 2015 году заявителю было присвоено 41-е место в рейтинге наиболее уважаемых компаний мира с высокой репутацией, составляемым известным журналом FORTUNE. В категории производителей пищевых продуктов журнал FORTUNE присвоил заявителю 3-е место. Аналогичный рейтинг наиболее уважаемых компаний, составляемый авторитетным финансовым изданием Barron's (Бэрронс), в 2015 году присвоил заявителю 26-е место. По версии американской торговой палаты в 2011 году компания «ПепсиКо» была названа «Компанией года» в России.

Согласно рейтингу INTERBRAND (5) стоимость товарного знака «PEPSI», принадлежащего заявителю, стабильно растет (от 6,636 миллиардов долларов США в 2000 году до 19,622 миллиардов долларов США к 2015 году). Товарный знак PEPSI является ключевым в портфеле брендов заявителя.

Массовые продажи безалкогольных напитков «PEPSI» начались в Москве в 1979 году в фирменных киосках в преддверии проведения Олимпийских Игр-1980.

Таким образом, напиток «PEPSI» стал первым американским товаром массового спроса, поступившим в продажу в Советском Союзе.

Заявитель активно продвигает безалкогольный напиток «PEPSI» в Российской Федерации. Так, в 1986 году заявитель становится спонсором Игр Доброй Воли. В 1988 году выходит первая реклама напитка «PEPSI» на российском телевидении. В 1996 году заявитель стал первой компанией в мире, организовавшей съемки рекламного ролика «PEPSI» в открытом космосе на орбитальной космической станции «Мир». Эффектное фото двух космонавтов, находящихся на борту станции «Мир» на фоне флага «PEPSI» облетело весь мир. В 1997 году «PEPSI» становится титульным спонсором чемпионата России по футболу. В рекламных кампаниях заявителя принимают участие звезды кино, спорта и эстрады (например, Дэвид Бэкхем, Синди Кроуфорд, Шакира, Дженнифер Лопес, Дэвид Боуи, Мадонна, Кристина Агилера, Элтон Джон и т.д.), тем самым, делая рекламный ролик запоминающимся для целевой аудитории (7, 12). Первым лицом «PEPSI» в 1984 году стал популярный певец Майкл Джексон. Рекламный ролик «Погоня» назван «самым зрелищным роликом за всю историю рекламы».

В Российской Федерации создаются локализованные рекламные ролики с участием российских звезд эстрады и спорта, например, с группой «Дискоотека Авария», Юлией Чичериной, Андреем Аршавиным, Дмитрием Сычёвым и Александром Мостовым (12).

Согласно данным ЗАО «ТНС Гэллап Медиа», одной из крупнейших компаний в сфере исследований рынка, мониторинга рекламы и СМИ в Российской Федерации, с 1995 года товары «PEPSI» активно продвигаются с помощью рекламы на телевидении. Рекламные ролики выходят на Первом канале, телеканале Россия-2, ТВ-3 Россия, СТС, НТВ, МТК, 2x2, ТВ-6 и Санкт-Петербург, РЕН-ТВ, MTV, Пятница, Перец и т.д., что подтверждается представленными графиками подтвержденных выходов рекламы (13). Количество рекламных роликов также увеличивается. Так, если в 1995 году общее количество роликов составило 290, в 1998 году цифра выросла почти в 10 раз, составив 2 138 рекламных роликов (13).

Информация о товарах «PEPSI» неоднократно размещалась в прессе. В заявлении приведены статьи из различных печатных изданий за период с 1990 по 1996 годы, например, «Коммерсантъ-daily» (06.07.1994, 20.05.1995, 17.05.1994, 13.02.1993, 09.02.1994, 17.11.1993), «Финансовая Газета» (30.04.1996), «Финансовые Известия» (19.11.1996).

Заявитель активно продвигает товарный знак «PEPSI» посредством кинематографа. В художественных фильмах «Назад в будущее»



«Терминатор 2: Судный день»



«Война миров Z»



демонстрируются в советских фильмах «Дамы приглашают кавалеров» (1980); «Каникулы в Простоквашино» (1980); «Берегите женщин» (1981); «Спортлото-82» (1982) и литературе (роман Виктора Пелевина "GenerationP" (1999), в музыкальном романе Александра Житинского «Путешествие рок-дилетанта», упоминаются в творчестве советских и российских музыкантов группа «Зоопарк» – композиции «Ром и Пепси-Кола», «Пригородный блюз № 2»; Сергей Трофимов – композиция «Поколение «ПЕПСИ»; Дмитрий Даль – композиция «Пацаны 80-х»; Группа «Центр» – композиция «Девушки любят летчиков» (16).

Заявитель занимается благотворительной деятельностью во всем мире, поддерживая программы, направленные на продвижение здорового образа жизни. Заявитель сотрудничает в мировом масштабе с благотворительной организацией UnitedWay, которая представлена в России в качестве благотворительного фонда «Дорога вместе», (www.unitedway.ru) с 1993 года, поддерживающего программы некоммерческих организаций, направленных на удовлетворение социальных нужд различных групп населения. Например, регулярно проводит благотворительные мероприятия по сбору средств на такие проекты, как «Социальная помощь пожилым» и «Поддержка гуманитарных программ».

Заявитель сотрудничает с российскими фондами «Даунсайд Ап» (фонд оказания психолого-педагогической и социальной помощи детям с синдромом


Дауна и их семьям в России), «Шередарь» (фонд реабилитации детей, перенесших тяжелые заболевания) и «Арифметика добра» (фонд помощи сиротам и приемным семьям), оказывая им необходимую материальную и продуктовую помощь.


Заявитель поддерживает ряд местных проектов, в числе которых помощь детским домам, школам и дошкольным учреждениям, озеленение парков, поддержка спортивных мероприятий, турниров и фестивалей, городских праздников, активно участвует в жизни местного населения, поддерживая мероприятия, посвященные Дню города, празднику Победы, Дню защиты детей и Дню пожилого человека.

Одним из направлений благотворительной деятельности заявителя в России является поддержка проектов в области образования и сельского хозяйства. С 1996 года заявитель реализует программу поддержки российских сельхозпроизводителей «Лидеры агроиндустрии». В рамках программы заявитель передает российским аграрным и техническим ВУЗам гранты на поддержку таких направлений, как закупка лабораторного оборудования с целью обновления технической базы университетов, выплата стипендий успевающим студентам, студенческие исследования, организация научных конференций и летних школ. В период с 2008 по 2015 годы заявитель передала более миллиона долларов США на поддержку российского высшего образования в области сельского хозяйства.


Из представленных документов (3 - 4) усматривается, что словесный элемент «PEPSI» впервые как часть товарного знака «Pepsi-Cola» был зарегистрирован 16.06.1903 за №40619 для товаров 32 класса МКТУ в Ведомстве по Патентам и Товарным Знакам США с приоритетом от 23.09.1902. В стране происхождения (США) словесный товарный знак «PEPSI» был зарегистрирован 14.02.1967 за №824150 для товаров 32 класса МКТУ в Ведомстве по Патентам и Товарным Знакам США с приоритетом от 09.09.1966. На сегодняшний день товарный знак «PEPSI» зарегистрирован более чем в 140 странах мира.


В России заявитель является правообладателем более чем 600 товарных знаков, 73 из которых включают в себя словесный элемент «PEPSI», в частности:

«  » по свидетельству №18035 с приоритетом от 09.09.1958, «**PEPSI**» по

свидетельству №34035 с приоритетом от 11.01.1967, «  » по свидетельству №49450 с приоритетом от 30.07.1973, «**PEPSI MAX**» по свидетельству №119198 с приоритетом от 27.07.1994, «**PEPSI TWIST**» по свидетельству

№232846 с приоритетом от 23.12.2002, «  » по свидетельству №275804 с приоритетом от 29.09.2004, «**PEPSI CHILL**» по свидетельству №331524 с

приоритетом от 10.08.2007, «  » по свидетельству №342681 с приоритетом от 30.01.2008, «**PEPSI FRESH**» по свидетельству №335707 с приоритетом от

24.07.2008, «  » по свидетельству №436168 с приоритетом от 27.04.2011, « ^{PEPSI TRUE} » по свидетельству №560974 с приоритетом от 28.11.2014 и т.д.

Следует отметить, что в процессе более чем 120-летнего развития компании-заявителя товарный знак «PEPSI» многократно менялся (посредством различной цветовой гаммы, расположением словесного элемента «PEPSI» в знаке), приспособливаясь к запросам общества и меняющемуся рынку.

С самого начала существования товарных знаков, словесный элемент «PEPSI», присутствовал совместно с элементом «Cola», но в дальнейшем с 1962 года доминирующим элементом в знаках всегда оставался словесный элемент «PEPSI», представленный в различных вариантах изображений:



1898



1905



1906



1940



1950



1962



1973



1991



1998



2005



с 2008 по настоящее
время

Несмотря на эволюционные изменения упаковки товаров, появление новых видов продукции, например, классический «PEPSI», напиток без содержания сахара «PEPSI Light», низкокалорийный «PEPSI Diet» для женской аудитории, низкокалорийный «PEPSI Max» для мужской аудитории, ограниченные серии выпуска «PEPSI IceCream», «PEPSI Cappuccino», «PEPSI Twist», «PEPSI WildCherry», «PEPSI ГоооЛ!», производимый заявителем напиток неизменно содержал словесное обозначение «PEPSI» (7).

Несмотря на постоянное динамическое изменение товарных знаков с использованием различных стилей исполнения, цветовой гаммы, расположением, шрифтовым исполнением, широкое распространение обозначения «PEPSI» для товаров «безалкогольные напитки» формирует какой-то однозначный фирменный образ более подвижный и современный. Потребитель в первую очередь воспринимает обозначение «PEPSI» без привязки к какому-либо визуальному образу, следовательно, в сознании потребителя формируется фонетическая составляющая. При этом в средствах массовой информации словесный элемент «PEPSI» пишется заглавными буквами стандартным шрифтом. В этой связи у коллегии есть основания считать, что на дату 31.12.1999 года у потребителя установилась ассоциативная связь между заявителем и производимым им безалкогольным напитком «PEPSI».

Указанное подтверждается данными социологического опроса (17), проведенного в феврале-марте 2016 года, по результатам которого выявлено, что практически всем респондентам (99%) знаком товарный знак «PEPSI». При этом абсолютное большинство респондентов (95%) указало, что товарный знак «PEPSI» используется для маркировки безалкогольных напитков. 88% опрошенных узнали о товарном знаке «PEPSI» до 1999 года. Большинство респондентов (81%) безошибочно указали на заявителя как правообладателя товарного знака «PEPSI».

Таким образом, результат проведенного социологического опроса показал, что товарный знак «PEPSI» заявителя известен почти всем жителям России ранее 1999 года, благодаря приобретенной им широкой популярности и узнаваемости среди потребителей безалкогольных напитков на территории Российской Федерации.

Вышеуказанные документы, демонстрирующие открытие заявителем шести заводов, охватывающих большинство регионов Российской Федерации, высокие объемы продаж напитка (67 млн. литров), затраты на продвижение товаров «PEPSI» (более 2000 рекламных роликов), доля на рынке (21,9%), участие заявителя в спонсорской деятельности (Игры Доброй Воли, Чемпионат России по футболу) и т.д., позволили коллегии прийти к выводу о том, что товарный знак «**PEPSI**» по свидетельству №34035 на территории Российской Федерации четко ассоциируется с компанией ПепсиКо, Инк. и может быть признан общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком в отношении товаров 32 класса МКТУ «безалкогольные напитки» с 31.12.1999.

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

удовлетворить заявление, поступившее 25.04.2016, и признать товарный знак «PEPSI» по свидетельству №34035 общеизвестным товарным знаком на имя ПепсиКо, Инк. на территории Российской Федерации в отношении товаров 32 класса МКТУ «безалкогольные напитки» с 31.12.1999.