

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации (далее – Кодекс) и Административным регламентом 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, утвержденным 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), рассмотрела поступившее 14.03.2017 заявление о признании выполненного стандартным шрифтом буквами русского алфавита словесного товарного знака «Лошадиная сила» по свидетельству № 430477 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.03.2014 на имя Общества с ограниченной ответственностью «ЗЕЛДИС», Московская область (далее – заявитель), в частности, в отношении товаров 03 класса МКТУ «шампуни; кремы косметические», указанных им в соответствии с подпунктом 2 пункта 18 Административного регламента в его ходатайстве, представленном на заседании коллегии, состоявшемся 28.04.2017 (далее – сокращенный перечень товаров).

Товарный знак по свидетельству № 430477 был зарегистрирован 18.02.2011 по заявке № 2010718088 с приоритетом от 03.06.2010 на имя заявителя, в частности, в отношении вышеуказанных товаров 03 класса МКТУ «шампуни; кремы косметические».

Для подтверждения общеизвестности данного товарного знака для этих товаров в соответствии с подпунктом 3 пункта 17 Административного регламента заявителем были представлены, в частности, копии следующих документов:

- 1) выписка из Единого государственного реестра юридических лиц;

- 2) декларации о соответствии на косметическую продукцию «Лошадиная сила»;
- 3) договор о совместной деятельности по производству косметической продукции «Лошадиная сила»;
- 4) договоры подряда на изготовление косметической продукции «Лошадиная сила» с актами о выполнении работ и товарными накладными;
- 5) распечатки сведений о принадлежащих заявителю товарных знаках «Лошадиная сила»;
- 6) договоры поставки косметической продукции «Лошадиная сила» с товарными накладными и счетами-фактурами;
- 7) договоры на проведение рекламных кампаний для косметической продукции «Лошадиная сила» с актами об оказании рекламных услуг и их оплате и графиками размещения рекламы на телеканалах;
- 8) справки об объемах производства, продаж и расходах на рекламу косметической продукции «Лошадиная сила» с ассортиментным перечнем товаров;
- 9) информационные письма о реализации косметической продукции «Лошадиная сила» через федеральные аптечные сети;
- 10) информационное письмо об участии заявителя в общественных и благотворительных мероприятиях и отраслевых выставках;
- 11) социологический отчет Лаборатории социологической экспертизы Института социологии РАН по результатам опроса потребителей.

На обозрение коллегии были также представлены образцы косметической продукции «Лошадиная сила».

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты его подачи (14.03.2017), включает в себя 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), упомянутые выше Кодекс и Административный регламент.

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.

В соответствии с пунктом 1 статьи 1508 Кодекса по заявлению лица, считающего используемый им товарный знак или используемое в качестве товарного знака обозначение общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, товарный знак, охраняемый на территории Российской Федерации на основании его государственной регистрации или в соответствии с международным договором Российской Федерации, либо обозначение, используемое в качестве товарного знака, но не имеющее правовой охраны на территории Российской Федерации, по решению федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности могут быть признаны общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, если этот товарный знак или это обозначение в результате интенсивного использования стали на указанную в заявлении дату широко известны в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров заявителя.

В соответствии с абзацем 1 и подпунктом 3 пункта 17 Административного регламента исчерпывающий перечень документов, необходимых в соответствии с нормативными правовыми актами для предоставления государственной услуги, подлежащих представлению заявителем, включает в себя подтверждающие общеизвестность товарного знака или обозначения материалы, в том числе 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 словесного товарного знака «Лошадиная сила» по свидетельству № 430477 на предмет возможности признания его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.03.2014 в отношении сокращенного перечня товаров, а именно товаров 03 класса МКТУ «шампуни; кремы косметические», коллегией установлено следующее.

Из представленных деклараций о соответствии [2] следует, в частности, что ООО «Торговый дом «Красота и Здоровье» (декларант) задолго до даты, с которой испрашивается признание товарного знака общеизвестным, провело всю необходимую работу по подготовке к производству различной косметической продукции, в том числе вышеуказанных товаров, маркированных товарным знаком «Лошадиная сила».

Так, согласно договору о совместной деятельности по производству косметической продукции [3] ООО «Торговый дом «Красота и Здоровье» является одним из участников группы компаний, осуществляющим функции заказчика производства соответствующей продукции у третьих лиц на основании

договоров подряда, но ключевым участником данной группы компаний выступает именно заявитель, осуществляющий общую координацию деятельности и организационную поддержку каждого из ее участника и всей группы компаний в целом в целях осуществления единого комплекса мероприятий по производству, продвижению и продаже косметической продукции, индивидуализируемой товарным знаком «Лошадиная сила».

В подтверждение фактов производства данной косметической продукции в период ранее даты, с которой испрашивается признание товарного знака общеизвестным, были представлены соответствующие многочисленным договоры подряда и свидетельствующие об их исполнении акты о выполнении работ и товарные накладные [4].

При этом следует отметить, что рассматриваемый товарный знак положил начало целой серии принадлежащих заявителю товарных знаков «Лошадиная сила», охраняемых в отношении весьма широкого перечня различных товаров 03 и 05 классов МКТУ [5], обуславливая тем самым поддержание у потребителя ассоциативных связей в отношении данного обозначения и соответствующих товаров исключительно с заявителем.

Представленные договоры поставки товаров и подтверждающие их исполнение товарные накладные и счета-фактуры [6] свидетельствуют, собственно, о фактах введения косметической продукции «Лошадиная сила» в весьма существенных объемах в гражданский оборот. Продавцом данной продукции по этим договорам поставки в период ранее даты, с которой испрашивается признание товарного знака общеизвестным, выступало ООО «Зелдис-Фарма», участник вышеупомянутой группы компаний, осуществляющий по договору о совместной деятельности [3] поиск покупателей и оптовые продажи им соответствующих товаров под контролем заявителя.

В свою очередь, ООО «БиТуЭль», другой участник группы компаний, в соответствии с указанным договором о совместной деятельности [3] в соответствующий период занималось активным продвижением этих товаров на рынке косметической продукции, осуществляя под контролем заявителя

организацию широких рекламных кампаний в средствах массовой информации на основании многочисленных договоров [7], в частности, на ведущих федеральных и региональных телеканалах, охватывающих собой внимание весьма широкого круга потенциальных потребителей, в том числе в самое рейтинговое время вещания этих телеканалов, согласно представленным графикам размещения рекламы товаров, маркированных рассматриваемым товарным знаком. Исполнение данных договоров на оказание соответствующих рекламных услуг подтверждено актами об их оказании и оплате.

Так, документы [7] позволяют сделать вывод о наличии фактов осуществления, особенно в 2013 году, то есть накануне даты, с которой испрашивается признание товарного знака общеизвестным, крайне активных и интенсивных мероприятий и действий (широких рекламных кампаний) по продвижению соответствующей косметической продукции «Лошадиная сила» – по обеспечению и улучшению, собственно, ее узнаваемости и широкой известности среди потребителей.

В этой связи следует отметить, что согласно представленным сведениям [8] объем производства соответствующих товаров, в частности, в период с 01.01.2010 по 01.03.2014 составил более 25 млн. единиц, из которых на 2013 год приходится более 11,5 млн. шт. В свою очередь, объем их продаж в данный период составил более 25 млн. шт. – в денежном выражении более 7,5 млрд. рублей, из которых на 2013 год приходится более 11,5 млн. единиц на сумму более 3,5 млрд. рублей. При этом объем расходов на рекламу в период 2011 – начало 2014 гг. составил почти 310,5 млн. рублей, из которых на 2013 год приходится почти 193 млн. рублей.

Продукция заявителя, индивидуализируемая товарным знаком «Лошадиная сила», реализовывалась через ведущие федеральные аптечные сети, охватывающие практически все регионы Российской Федерации [9].

Заявитель принимал участие в различных общественных и благотворительных мероприятиях и в международных отраслевых выставках, в частности, «InterCHARM» в 2011 – 2014 гг. [10], тем самым обеспечивая и

расширяя свою известность и известность производимой им линейки косметической продукции «Лошадиная сила».

На обозрение коллегии заявителем были представлены образцы различной косметической продукции (шампуни и кремы), на каждом из которых в обязательном порядке размещается словесный товарный знак «Лошадиная сила».

Результаты социологического исследования [11] показывают, что в конце 2013 года, то есть накануне даты, с которой испрашивается признание товарного знака общеизвестным, абсолютное большинство (91%) опрошенных российских потребителей знало данный товарный знак, из которых большинство (66%) впервые увидели его в 2012 – 2013 гг., то есть в период проведения самых активных и интенсивных рекламных кампаний, упомянутых выше. Большая часть респондентов познакомились с ним посредством телевидения (21%) и непосредственно в магазине (20%).

При этом у подавляющего большинства (86%) всех респондентов данный товарный знак ассоциируется именно с косметическими средствами (шампунями, бальзамами и кремами) для ухода за телом человека, а 48% от всей совокупности опрошенных имели непосредственный опыт покупки этих товаров, причем в качестве их производителя и правообладателя товарного знака они назвали заявителя, соответственно, 56% и 63% от всех опрошенных.

Таким образом, вышеприведенные результаты социологического исследования свидетельствуют о том, что рассматриваемый товарный знак на соответствующую дату – 01.03.2014, с которой испрашивается признание его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, действительно приобрел весьма высокий уровень известности среди российских потребителей и обладает достаточно высокой степенью различительной способности для испрашиваемых товаров, собственно, по отношению к заявителю.

Принимая во внимание изложенные выше фактические обстоятельства, сведения о которых отражены в представленных документах [2 – 11], коллегия пришла к выводу об общеизвестности на территории Российской Федерации с 01.03.2014 используемого заявителем товарного знака «Лошадиная сила» по

свидетельству № 430477 в отношении соответствующих товаров 03 класса МКТУ «шампуни; кремы косметические», приведенных в сокращенном перечне товаров.

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

удовлетворить заявление, поступившее 14.03.2017, признать товарный знак «Лошадиная сила» по свидетельству № 430477 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.03.2014 в отношении товаров 03 класса МКТУ «шампуни; кремы косметические» на имя ООО «ЗЕЛДИС».