

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

**по результатам рассмотрения  возражения  заявления**

Коллегия в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ, в редакции Федерального закона от 12.03.2014 №35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – 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) рассмотрела заявление, поступившее в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 16.07.2020, о признании словесного обозначения «ВЯЗАНКА» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.01.2020 на имя ЗАО «Стародворские колбасы» (далее – заявитель), в отношении товаров 29 класса МКТУ «изделия колбасные».

Обозначение «ВЯЗАНКА», в отношении которого испрашивается признание его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, является словесным обозначением, представляющим собой слово «Вязанка», выполненное стандартным шрифтом буквами русского алфавита.

Для подтверждения общеизвестности обозначения «ВЯЗАНКА» заявителем были представлены следующие материалы:

1. Выписки из ЕГРЮЛ: в отношении ЗАО «Стародворские колбасы»; АО «АБИ Продакт»; ООО «Трейд-Сервис»; ООО «ВЛАДВНЕШТОРГ» [1];

2. История создания завода «Стародворские колбасы» [2];
3. Копии деклараций о соответствии за 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 [3];
4. Каталоги, презентации выпускаемой продукции и договоры на производство рекламной продукции: 2013, 2015, 2016, 2017, 2018. 2019. 2020г. [4];
5. Образцы и фотографии упаковок продукции [5];
6. Копии свидетельств на товарные знаки (регистрация в Российской Федерации, Казахстане, Беларуси, Абхазии) и выписки из государственного реестра товарных знаков [6];
7. Справка от 08.07.2020 о реализации колбасных изделий за период с 2012 по 31.05.2020 с указанием количества контрагентов, магазинов, регионов [7];
8. Справка о производственно-корпоративных связях от 07.07.2020 [8];
9. Учредительные документы: АО «АБИ Продакт»; ЗАО «Стародворские колбасы»; ООО «ВЛАДВНЕШТОРГ»; ООО «Трейд-Сервис» [9];
10. Договор поставки №01/14-11/1986 от 21.11.2011 между ЗАО «Стародворские колбасы» и ООО «Трейд-Сервис» [10];
11. Договоры поставки продукции с сетями и дистрибьюторами: 2015, 2016, 2017, 2018, 0219, 2020г. [11];
12. Документы, подтверждающие поставку продукции дистрибьюторам и сетям: 2017, 2018, 0219, 2020г. [12];
13. Справки федеральных сетей, дистрибьюторов, экспортеров [13];
14. Результаты соц. опроса Фонда ВЦИОМ по определению уровня известности обозначения «Вязанка» - 2018 год [14];
15. Результаты соц. опроса Фонда ВЦИОМ по определению уровня известности обозначения «Вязанка» - 2020 год [15];
16. Каталоги продукции торговых сетей: 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020г. [16];
17. Справка об объемах производства продукции за период с 2012 по 2020 годы [17];

18. Справка об объемах реализации продукции за период с 2012 по 2020 годы [18];

19. Справка о размере выручки от реализации продукции за период с 2012 по май 2020 года [19];

20. Договоры и закрывающие документы на производство и размещение рекламы: 2010, 2015, 2017, фотоизображения с размещениями наружной рекламы [20];

21. Агентский договор на размещение рекламы между ЗАО «АБИ Продакт» и ООО «Эйр Медиа» №15-05/17 от 15.05.2017 с приложениями и закрывающими документами (счета, отчеты агента за период с июня 2017 по декабрь 2019) [21];

22. Копии эфирных справок о прохождении рекламного материала за 2017, 2018 и 2019 года [22];

23. Справка АО «Медиаскоп» о размещении рекламных роликов на ТВ с указанием каналов и количества показов [23];

24. Справка о количестве упоминаний обозначения в интернете за период с 01.03.2018 по 31.05.2020 [24];

25. Справки о затратах на создание и размещение рекламы: 2012-2020г.[25];

26. Справка ООО «Ипсос Комкон» о лидирующей позиции по числу потребителей [26];

27. Информационные письма по результатам участия в конкурсе «МАРКА № 1 В РОССИИ»: 2017, 2019 г. [27];

28. Отчет № НМА-2018/03-01 об оценке рыночной стоимости нематериального актива (товарного знака «Вязанка») от 28.03.2018 [28];

29. Отчет № НМА-2020/06-01 об оценке рыночной стоимости нематериального актива (товарного знака «Вязанка») от 03.07.2020 [29];

30. Выписка из номера газеты «Коммерсант» № 89 от 23.05.2015 года [30];

31. Скриншоты сайта «Вязанка» и выписка с сервиса Whois [31];

32. Статья «Общеизвестный знак - Общеизвестный заявитель?» [32].

На заседании коллегии, состоявшемся 14.10.2020, заявителем дополнительно были представлены следующие материалы: ходатайство о переносе заседания

коллегии по просьбе заявителя на более поздний срок, а также дополнительные материалы:

33. Товарные накладные за период с 2014 по 2016 гг. [33];

34. Справки дистрибьютеров [34];

35. Информационные письма ООО «Ипсос Комкон» [35];

36. Договор поставки №04-2377-878 от 01 января 2008 г. с ООО «ЛЕНТА» [36];

37. Договор поставки №01-6/5345-ТД от 01 июня 2013 г. с ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» [37].

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

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты (16.07.2020) его подачи, включает Парижскую конвенцию по охране промышленной собственности от 20.03.1883 (далее – Парижская конвенция), Кодекс, 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:

3) подтверждающие общеизвестность товарного знака или обозначения материалы (далее - 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.

Анализ фактических данных, содержащихся в поступившем заявлении и документах, приложенных к нему, свидетельствует о следующем.

ЗАО «Стародворские колбасы» было создано 11.04.2003 года и является крупным мясоперерабатывающим предприятием в России. Согласно выписки из ЕГРЮЛ (Приложение №1) основным видом деятельности Заявителя является производство колбасных изделий. Подробная информация о создании и истории предприятия изложена в справке (Приложение №2).

Заявителем представлены материалы, о том, что ЗАО «Стародворские колбасы» - завод изготовитель, входит в одну Группу Компаний с АО «АБИ Продакт» и ООО «Трейд-Сервис».

Заявитель начал выпускать колбасную продукцию под обозначением «Вязанка» с 2012 года, о чем свидетельствуют декларации о соответствии продукции (Приложение № 3).

Как следует из материалов дела, продукция под обозначением «Вязанка» представлена колбасными изделиями: вареными и варено-копчеными колбасами, а также ветчинами, сосисками и сардельками. Об ассортименте выпускаемой продукции свидетельствуют сведения, представленные в каталогах и презентациях выпускаемой продукции (Приложение №4), и образцы различной упаковки продукции, маркированной рассматриваемым обозначением (Приложение № 5).

ЗАО «Стародворские колбасы» является правообладателем серии зарегистрированных товарных знаков, включающих словесный элемент «Вязанка»: по свидетельствам №№611214, 584845, 530342, 779383, 779385, 759010, 731484, 731778, 731780, 731777, 713269, 713270, 713274, 710025, 710037, 710040, 706031, 705879, 705880, 705881, 696025, 695148, 689512, 611214, 779383, 779385, 759010, 743823, 713776, 713778, 713268, 710038, 710039, 706030, 705883, 705884, 695633, 628086, 487763, 618208, 610031, 594166, 594396, 508909, 713780, а также промышленного образца по патенту №113553. Кроме того, на имя заявителя зарегистрированы товарные знаки, включающие словесный элемент «Вязанка», в Республике Абхазии №00946, Республике Беларуси №58337, №54370, Республике Казахстан №46826, №46170. (Приложение №6).

Коллегией установлено, что до конечного потребителя произведенная продукция – изделия колбасные, под обозначением «Вязанка» поступает в федеральные и локальные сети через дистрибьюторские каналы на территории 79 регионов Российской Федерации, а также в Казахстан, Абхазию, Азербайджан. Данная информация подтверждается справкой о реализации с указанием количества контрагентов, магазинов, регионов (Приложение № 7).

Обозначение «Вязанка» используется заявителем не только в качестве логотипа, но и в качестве словесного обозначения со стандартным шрифтовым написанием на официальном сайте <https://vyazanka.ru/>, в документации сопровождающей введение продукции заявителя в гражданский оборот, а именно: в товарных накладных, декларациях соответствия, ветеринарных сопроводительных документах, ассортиментных каталогах заявителя, в ассортиментных каталогах федеральных сетей, а также непосредственно на упаковке товара (Приложение №16, №31).

Как видно из представленных документов, потребители различных регионов России имеют возможность приобрести продукцию заявителя у самых крупных ритейлеров (Лента, Метро, Ашан, Магнит, Перекресток, Спар, Верный, Дикси), имеющих наиболее широкую географию охвата по расположению своих магазинов, супермаркетов, гипермаркетов. Информацию о колбасных изделиях под обозначением «Вязанка» (стоимости, акциях, скидках), потребители получают из каталогов сетей, которые в том числе размещены в электронном виде на сайте <https://proshoper.ru/> (Приложение № 16).

Объем производства колбасных изделий, маркированных обозначением «Вязанка», в период с 2012 по 2020 год составил 213 006 276 кг: вареные колбасы «Вязанка»: 2012 г. - 3 691 633 кг; 2013 г. - 7 317 418 кг, 2014 г. - 10 953 917 кг, 2015 г. - 13 642 177 кг, 2016 год - 19 339 736 кг, 2017 г. - 25 885 991 кг, 2018 г. - 38 574 891 кг, 2019 г. - 52 203 095 кг, 2020 г. (5 мес.) - 26 337 751 кг; варено-копченые колбасы «Вязанка»: 2012 г. - 457 422 кг, 2013 г. - 602 409 кг, 2014 г. - 1 746 094 кг, 2015 г. - 2 891 530 кг, 2016 год - 3 017 036 кг, 2017 г. - 2 750 940 кг, 2018 г. - 2 839 836 кг, 2019 г. - 2 021 301 кг, 2020 г. (5 мес.) - 733 097 кг. (Приложение № 17).

Объем реализации колбасных изделий, маркированных обозначением «Вязанка», в период с 2012 по 2020 год составил 213 006 276 кг: вареные колбасы «Вязанка»: 2012 г.- 3 691 633 кг; 2013 г. - 7 317 418 кг, 2014 г. - 10 953 917 кг, 2015 г. - 13 642 177 кг, 2016 год - 19 339 736 кг, 2017 г. - 5 885 991 кг, 2018 г. - 38 574 891 кг, 2019 г. - 52 203 095 кг, 2020 г. (5 мес.) - 26 337 751 кг; варено-копченые колбасы «Вязанка»: 2012 г.- 457 422 кг, 2013 г. - 602 409 кг, 2014 г. - 1 746 094 кг, 2015

г. - 2 891 530 кг, 2016 год - 3 017 036 кг, 2017 г. - 2 750 940 кг, 2018 г. - 2 839 836 кг, 2019 г. – 2 021 301 кг, 2020 г. (5 мес.) - 733 097 кг. (Приложение № 18).

Выручка от реализации колбасных изделий, маркированных обозначением «Вязанка», в период с 2012 по 2020 год составила 37 837 109 202 рубля: 2012 г. - 621 431 734,14 рублей; 2013 г. - 1 193 285 097,68 рублей; 2014 г. - 2 196 597 183,20 рублей; 2015 г. - 3 252 927 022, 85 рублей; 2016 г. - 4 004 510 649, 66 рублей; 2017 г. - 4 918 060 064,91 рублей; 2018 г. - 6 961 098 388,47 рублей; 2019 г. - 9 844 275 169,35 рублей; 2020 г. (январь-май) - 4 844 923 891,84 рублей. (Приложение № 19).

Таким образом, коллегией установлено, что заявителем широко используется обозначение «Вязанка» для маркировки большого объема продукции колбасных изделий в течение длительного времени. При этом круг потребителей данной продукции очень широкий и не ограничивается определенной категорией лиц.

Реклама продукции (колбасных изделий) под обозначением «Вязанка» велась, начиная с 2012 года, в различных регионах России. Начиная с 2017 года Заявителем была запущена федеральная рекламная кампания колбасных изделий «Вязанка». Реклама транслировалась на центральных телеканалах, таких как: Первый, Россия 1, ТНТ, СТС, 5 канал и других, что подтверждается документами на производство и размещение рекламы, видеозаписями рекламных роликов (Приложение №21), а также эфирными справками (Приложение № 22).

Количество упоминаний обозначения «Вязанка» в привязке к продукции заявителя в сети Интернет в период с 01.03.2018 года до даты подачи заявления о признании обозначения «Вязанка» в качестве общеизвестного товарного знака в Российской Федерации составляет 17038 раз (Приложение №24).

Общие затраты на создание рекламы, направленные на продвижение продукции, маркированной обозначением «Вязанка», за период с 2012 по 2020г., составили 50 929 163 рубля (2012 г. – 3 754 065 руб., 2016 г. – 1 598 960 руб., 2017 г. – 1 607 070 руб., 2018 г. 23 579 079 руб., 2019 г. – 20 389 989 руб.), а общие затраты на размещение рекламы за тот же период составили 1 673 408 372 рубля 02 копейки (2015 г. – 48 933 262,61 руб., 2016 г. – 165 342 778,47 руб., 2017 г. – 262 044 472, 88

руб., 2018 г. – 460 171 151,85 руб., 2018 г. – 436 465 693,24 руб., 2020 г. (январь-май) – 300 451 012,97 руб.). Данная информация подтверждается справками о затратах на создание и размещение рекламы (Приложение № 25).

Как следует из представленных документов, ЗАО «Стародворские колбасы» активно участвует в выставках со своей продукцией, с колбасными изделиями, маркированными обозначением «Вязанка», на таких выставках как: ПРОДЭКСПО-2017, «100 лучших товаров России» 2017, «100 лучших товаров России» 2018, ПРОДЭКСПО-2018, ПРОДЭКСПО-2019, ПРОДЭКСПО-2020, что подтверждается договорами на участие в выставках, актами, фотографиями стендов с продукцией заявителя, грамотами за продукцию под обозначением «Вязанка» (Приложение №26).

Кроме того, обозначение «Вязанка» в 2017 и 2019 годах стало победителем общенационального голосования Ежегодной премии «Марка №1 в России» в категории «Мясная гастрономия (колбасы, сосиски, сардельки)» (Приложение №27).

Как следует из документов, представленных в Приложении 28, 29, в марте 2018 года была проведена оценка рыночной стоимости обозначения «Вязанка». В качестве объекта оценки брался товарный знак «Вязанка» (свидетельство №487763), который является тождественным обозначению «Вязанка», испрашиваемому в качестве общеизвестного товарного знака на территории Российской Федерации. Итоговая рыночная стоимость объекта составила 1 226 109 000 рублей. В июле 2020 года была повторно проведена оценка рыночной стоимости обозначения «Вязанка». Итоговая рыночная стоимость объекта составила 3 964 205 000 рублей.

Таким образом, коллегией было установлено, что заявитель проводит активную и интенсивную рекламную кампанию, которая охватывает значительный период времени и рассчитана на неограниченный круг лиц. Данный установленный факт способствует признанию заявленного словесного обозначения «Вязанка» общеизвестным товарным знаком в отношении продукции заявителя.

Согласно результатам социологического опроса проведенного в марте 2018 года ВЦИОМ (Приложение № 14) относительно словесного обозначения «Вязанка», установлено: 77% опрошенных знакомы с обозначением «Вязанка»; 87%

опрошенных заявили, что обозначение «Вязанка» применяется для колбасных изделий; 42% опрошенных заявили, что производителем товаров под обозначением «Вязанка» является ЗАО «Стародворские колбасы». Опрос проводился в 6 городах Российской Федерации: Москва (500 человек), Санкт-Петербург (500 человек), Екатеринбург (125 человек), Нижний Новгород (125 человек), Воронеж (125 человек), Краснодар (125 человек).

Вместе с тем, согласно результатам социологического опроса проведенного в июле 2020 года ВЦИОМ (Приложение № 15) относительно словесного «Вязанка», установлено следующее: 93% опрошенных знакомы с обозначением «Вязанка»; 91% (в открытом вопросе) и 94% (в закрытом вопросе) опрошенных заявили, что обозначение «Вязанка» применяется для колбасных изделий; 42% опрошенных заявили, что производителем товаров под обозначением «Вязанка» является ЗАО «Стародворские колбасы». Опрос проводился в 15 городах (с населением 1 миллион человек и более) Российской Федерации: Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург, Нижний Новгород, Казань, Челябинск, Омск, Самара, Ростов-на-Дону, Уфа, Красноярск, Пермь, Воронеж, Волгоград.

Из представленных доказательств коллегия пришла к выводу, что испрашиваемое в качестве товарного знака словесное обозначение «Вязанка» в результате длительного и интенсивного использования стало на указанную в заявлении дату широко известно в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении производимых заявителем товаров 29 класса МКТУ «изделия колбасные».

Учитывая вышеизложенное, на основании абзаца второго пункта 77 Административного регламента коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

**удовлетворить заявление, поступившее 16.07.2020, и признать обозначение «ВЯЗАНКА» общеизвестным товарным знаком на имя ЗАО «Стародворские колбасы», на территории Российской Федерации в отношении товаров 29 класса МКТУ «изделия колбасные» с 01.01.2020.**