

Палата по патентным спорам в порядке, установленном 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, регистрационный №4520 (далее—Правила ППС), рассмотрела заявление от 18.01.2006 Открытого акционерного общества «Пивоваренная компания «Балтика» (далее — заявитель, ОАО «Балтика») о признании комбинированного обозначения со словесным элементом «БАЛТИКА» (далее – обозначение **≃БАЛТИКА**) общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, при этом установлено следующее.

Заявленное обозначение является комбинированным и состоит из словесного элемента «БАЛТИКА», выполненного наклонным шрифтом, и расположенного слева от него изображения трех «волн».

Обозначение выполнено в синем, золотистом цветовом сочетании.

В Палату по патентным спорам поступило заявление от 18.01.2006 о признании обозначения **≃БАЛТИКА** общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 12.04.2001 в отношении товаров 32 класса МКТУ — «пиво».

Для подтверждения общеизвестности обозначения **≃БАЛТИКА** заявителем представлены следующие документальные сведения:

1. Распечатка из годового отчета ОАО «Пивоваренная компания «Балтика».
2. Справка, информирующая об истории ОАО «Пивоваренная компания «Балтика».
3. Годовые отчеты ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» за 1995 – 1999 г.
4. Диаграмма доли рынка Компании «Балтика» и основных конкурентов в экономических районах Российской Федерации за период с октября 1999 г. по октябрь 2000 г.
5. Диаграмма доли рынка Компании «Балтика» и основных конкурентов за период с апреля 2000 г. по октябрь 2000 г.
6. Справка от компании «Бизнес Аналитика - Розничный Аудит», подтверждающая доли рынка компаний ПК «Балтика-СПб», АО «Тульское Пиво», ОАО «Балтика-Дон» по регионам, а также численной дистрибуции указанных компаний по регионам.
7. Копия статьи с диаграммой от «Бизнес-Аналитики», газета «Ведомости» № 60 (383) от 05.04.2001 г.

8. График, показывающий долю пива, маркированного обозначением «БАЛТИКА» на рынке пива России за период с августа 1999 г. по ноябрь 2001 г. и таблица компании ЗАО «ЭЙ СИ НИЛЬСЕН», подтверждающая доли рынка компаний ПК «Балтика-СПб» и ее филиалов АО «Тульское Пиво», ОАО «Балтика-Дон» по регионам.
9. Карта дистрибуции, с.12, Годовой отчет за 1999 г.
10. Диаграмма продажи пива крупнейшими российскими производителями пива в 1999-2000 г.
11. Статьи о спонсорских программах ОАО «Пивоваренная компания «Балтика».
12. Публикации в открытой печати.
13. Диплом «За достигнутые значительные результаты в области качества продукции (услуг) и внедрение высокоэффективных методов управления качеством».
14. Диплом ЗАО «Всемирная ярмарка «Российский фермер» за производство качественной и конкурентоспособной продукции, представленной на шестой всемирной ярмарке «Российский фермер».
15. Диплом лауреата Всероссийской выставки «Российские традиции качества».
16. Диплом «Гран-При» за огромный вклад в развитие российского пивоварения и высокое качество пива.
17. В 1998 году ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» была удостоена Премии «Народная марка года» - свидетельство признания высокой культуры производства и выпуска продукции высокого качества.
18. Приложение «Интерфакс» № 37(167), 11-17 сентября 1998 г. газеты «Аргументы и Факты».
19. Диаграмма потребления пива в России в 1985-2004 г., представленная ОАО «Пивоваренная компания «Балтика».
20. Сравнительная диаграмма производства спиртных напитков, вина и пива в России в 1985-2004 г., представленная ОАО «Пивоваренная компания «Балтика».
21. Справка о динамике объемов продаж пива марки «Балтика» по Компании (Спб., Тула, Ростов) за период с 1995-2001 гг., заверенной ЗАО «Эй энд Пи аудит».
22. Справка о вложениях денежных средств в рекламу обозначения «БАЛТИКА» от 26.02.2002 г., заверенную ЗАО «Эй энд Пи Аудит».

23. Справка о рекламной активности бренда «Балтика» в 1999-2001 г. (национальное ТВ и наружная реклама) от ЗАО РА «Видео Интернэшнл».
24. Справка о вложении денежных средств в товаропродвигающую продукцию ОАО «Пивоваренная компания «Балтика», фотографии товаропродвигающей продукции.
25. Публикации в сети Internet и открытой печати за 2005 год.
26. Аналитический отчет по итогам Всероссийского социологического опроса населения «Общеизвестность товарного знака **БЕЛТИКА**, используемого для маркировки пива», Социологический факультет МГУ им. Ломоносова.
27. Известность товарного знака «Балтика», используемого для маркировки пива, по данным МГУ им. Ломоносова и GALLUP MEDIA.
28. Статья «Рейтинг марок», опубликованная в газете «Ведомости» за 2000г.
29. Награды за 1995, 1996, 1998, 1999, 2000 г.г.
30. Изображения заявляемого обозначения – 5 экз.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения заявления о признании обозначения **БЕЛТИКА** общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, Палата по патентным спорам считает возможным удовлетворить заявление от 18.01.2006 ввиду нижеследующего.

Правовая база для рассмотрения заявления с учетом даты его подачи 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), Закон Российской Федерации «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» от 23.09.1992 № 3520-1 в редакции Федерального закона от 11.12.2002 №166-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Закон Российской Федерации «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» (далее — Закон), 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 (далее — Правила ОИ).

В соответствии со статьей 6 bis (1) Парижской конвенции, страны Союза обязуются или по инициативе администрации, если это допускается законодательством данной страны, или по ходатайству заинтересованного лица

отклонять или признавать недействительной регистрацию и запрещать применение товарного знака, представляющего собой воспроизведение, имитацию или перевод другого знака, способные вызвать смешение со знаком, который по определению компетентного органа страны регистрации или страны применения уже является в этой стране общеизвестным в качестве знака лица, пользующегося преимуществами настоящей конвенции, и используемого для идентичных и подобных продуктов. Это положение распространяется и на те случаи, когда существенная составная часть знака представляет собой воспроизведение такого общеизвестного знака или имитацию, способную вызвать смешение с ним.

В соответствии с пунктом 1 статьи 19¹ Закона по заявлению юридического или физического лица общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком может быть признан товарный знак, охраняемый на территории Российской Федерации на основании его регистрации, товарный знак, охраняемый на территории Российской Федерации без регистрации в соответствии с международным договором Российской Федерации, а также обозначение, используемое в качестве товарного знака, но не имеющее правовой охраны на территории Российской Федерации, если такие товарные знаки или обозначение в результате их интенсивного использования стали на указанную в заявлении дату в Российской Федерации широко известны среди соответствующих потребителей в отношении товаров этого лица.

В соответствии с пунктом 1 статьи 19² Закона правовая охрана общеизвестному товарному знаку предоставляется на основании решения Палаты по патентным спорам.

Согласно пункту 1.10 Правил ППС в Палату по патентным спорам могут быть поданы, в соответствии с Законом, заявления о признании товарных знаков общеизвестными в Российской Федерации в соответствии с пунктом 1 статьи 6 bis (1) Парижской конвенции.

В соответствии с пунктом 2.5 Правил ППС, заявление, предусмотренное пунктом 1.10 Правил ППС, должно содержать фактические данные, подтверждающие общеизвестность товарного знака.

Согласно пункту 2.2 Правил ОИ фактические данные, подтверждающие общеизвестность товарного знака, которые должно содержать заявление в соответствии с пунктом 2.5 Правил, 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 заявителя 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.

Анализ фактических данных, содержащихся в заявлении от 18.01.2006, показал, что обозначение, в том виде, как оно заявлено, на 12.04.2001 широко использовалось для маркировки товаров 32 класса МКТУ — «пиво».

Комбинированное обозначение *≈БАЛТИКА* является частью фирменного наименования заявителя - ОАО «Пивоваренная компания «Балтика». При этом указанным обозначением маркируется вся продукция, производимая ОАО «Пивоваренная компания «Балтика».

В 1992 году в результате приватизации государственное предприятие «Пивоваренный завод «Балтика» было реорганизовано в Открытое акционерное общество «Пивоваренный завод «Балтика».

В 1997 г. ОАО «Пивоваренный завод «Балтика» приобретает контрольный пакет акций завода «Донское пиво» в Ростове-на-Дону, в 1999 г. - ОАО «Пивоваренная компания «Тульское пиво».

В 1998 г. акционеры утвердили решение Совета Директоров переименовать Открытое акционерное общество «Пивоваренный завод «Балтика» в ОАО «Пивоваренная компания «Балтика».

В 2000 г. ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» был вручен сертификат соответствия международной системы качества ISO-9001, что является подтверждением соответствия производимого ей продукта самым жестким мировым стандартам качества пива.

К апрелю 2001 г. ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» стала крупнейшим российским производителем пива европейского уровня, сваренного по классическим технологиям.

Общее число сортов пива, выпускаемого ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» на дату признания обозначения общеизвестным, выросло до 18: восемь сортов под маркой «Балтика», два сорта марки «Медовое», три сорта марки «Дон» и пять сортов марки «Арсенальное».

Кроме этого, ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» выпускает безалкогольные напитки: минеральную воду «Хрустальная», минерализованную воду «Серебряная Ладога», а также три сорта лимонадов – «Цитрон», «Цитрус-микс» и «Лимонад».

На 12 апреля 2001 г. ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» заняла лидирующие позиции в пивоваренной отрасли всей России благодаря неуклонному росту доли компании на российском рынке.

Доля ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» в российском пивоварении, начиная с 1991 г., неуклонно росла и в 2000 году составила 19,5%.

Данные исследований маркетинговой компании «Бизнес Аналитика – Розничный Аудит», касающиеся доли рынка, занимаемой компанией «Балтика» и ее филиалов по крупнейшим городам России и в целом по регионам, показали, что доля рынка компании «Балтика» составляла в январе 2001 г. – 21,8%.

Исследования маркетинговой компании ЗАО «ЭЙ СИ НИЛЬСЕН» за период с июня 1998 г. по ноябрь 2001 г. показали долю пива, маркированного обозначением **БЕЛТИКА** на рынке пива России за период с августа 1999 г. по ноябрь 2001 г., которая к апрелю 2001 г., что позволяет считать компанию «Балтика» широко известной на территории России.

Продукция ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» представлена в Центральном районе, Восточной Сибири, Поволжье, Волго-Вятском районе, на Дальнем Востоке, Урале, Западной Сибири и других регионах страны.

К 2001 г. ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» создала широкую дилерскую сеть, в которую входит торговая компания в Москве и 14 торговых представительств в крупнейших городах России: Воронеж, Москва, Саратов, Волгоград, Уфа, Екатеринбург, Омск, Красноярск, Краснодар, Самара, Нижний Новгород, Ярославль, Кисловодск, Новосибирск, Челябинск.

К 2001 г. продукция ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» стала реализовываться более чем в 140 городах России.

Обозначение **БЕЛТИКА** используется на территории России с 1994 года, то есть на дату его признания общеизвестным товарным знаком 12 апреля 2001 года, срок использования обозначения составил 7 лет.

За период с 1995 года по 2001 год было продано 30826 тыс. гкл пива, маркированного обозначением **БЕЛТИКА**, что в денежном выражении составляет 23433 миллиона рублей (1269 млн. долларов США).

По результатам исследований Маркетингового Информационного Центра TNS Gallup Media, опубликованных в приложении «Интерфакс» № 37(167), 11-17 сентября 1998 г. газеты «Аргументы и Факты», пиво «Балтика» предпочитают в Москве 37,8 % от всех потребителей пива, в целом по России 28,6 % от всех потребителей пива.

Известность компании «Балтика» и ее продукции, маркированной заявленным обозначением **БЕЛТИКА**, обусловлена активной спонсорской и рекламной деятельностью.

Для продвижения продукции, маркированной обозначением **БЕЛТИКА**, ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» избрала активную рекламную компанию. Рекламная компания включала телевизионную рекламу, наружную рекламу, а также рекламу с использованием товаропродвигающей (сувенирной) продукции.

ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» за период с 1995 по 2001 гг. затратила на рекламу продукции 19597,2 тыс. долларов США.

По данным мониторинговой компании TNS Gallup Adfact за период с января 1999 г. по апрель 2001 г. для размещения рекламы ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» использовался широкий спектр телевизионных каналов. Основными каналами выступали национальные каналы – Первый, Россия и НТВ, для поддержки рекламной компании использовались дополнительно - суб-национальный канал ТВ-6, московский канал ТВЦ, МузТВ, СТС, ТНТ.

За указанный период вышло 4473 ролика общим хронометражем 1276 минут, что составляет более 21 часа рекламного эфира.

С целью поддержки телевизионной рекламы дополнительно использовалась наружная реклама в виде традиционного биллборда (3 x 6 м) и павильонов ожидания транспорта, крышных установок. Наружная реклама была размещена в Москве, Санкт-Петербурге, а также крупных областных центрах и регионах: Нижний Новгород, Самара, Воронеж, Краснодар, Ярославль, Воронеж и др.

За период с 1997 г. по апрель 2001 г. ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» на производство товаропродвигающей продукции затратило 7925 тыс. долларов США.

На сцене всемирно знаменитого Мариинского театра вручаются ежегодные премии «Балтики» солистам оперной и балетной групп. Гран-при был вручен лучшему дирижеру мира В. Гергиеву. Обладателями премии «Балтика» стали также

замечательный певец Н. Путилин и блистательная балерина Ульяна Лопаткина. Общий премиальный фонд составил 40 тысяч долларов США. За эту деятельность компания «Балтика» было отмечена дипломом и медалью правительства Санкт-Петербурга.

Деятельность ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» была отмечена высокими наградами.

В 1997 г. ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» была присуждена премия правительства «За достигнутые значительные результаты в области качества продукции (услуг) и внедрение высокоэффективных методов управления качеством».

ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» было награждено почетным Дипломом ЗАО «Всемирная ярмарка «Российский фермер» за производство качественной и конкурентоспособной продукции, представленной на шестой всемирной ярмарке «Российский фермер».

Кроме этого ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» награждено Дипломом лауреата Всероссийской выставки «Российские традиции качества», Дипломом «Гран-При» за огромный вклад в развитие российского пивоварения и высокое качество пива и удостоена Премии «Народная марка года».

ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» поддерживает футбольный «Кубок Содружества», международные старты по конному спорту на Кубок мэра Москвы, теннисный турнир «Кубок Кремля».

Хоккейный Евротур в России на «Кубок пивоваренной компании «Балтика» стал приоритетным, что обусловлено искренним желанием компании «Балтика» помочь Большому российскому хоккею вернуть былую славу, возвратить зрителей на трибуны. Эти соревнования проходили на ледовой арене Дворца спорта Лужники. Призовой фонд составил 150000 долларов США. На турнир было аккредитовано свыше 450 журналистов, представляющих все ведущие издания, радио- и теле-компании, зарубежные средства массовой информации. К удовольствию телезрителей матчи транслировались по каналу ОРТ.

Деятельность ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» привлекла к себе и к своей продукции внимание большого количества средств массовой информации, что также подтверждает широкую известность компании и обозначения **БЕЛТИКА** среди населения России к 12 апреля 2001 г.

Широкая известность товарного знака **БЕЛТИКА**, используемого при маркировке пива, выпускаемого ОАО «Пивоваренная компания «Балтика», подтверждается результатами опроса общественного мнения, проведенного группой

социологов Социологического факультета МГУ им. Ломоносова в апреле 2001 года в семнадцати типичных областях, краях, республиках и городах России – г. Москва, г. Санкт-Петербург, Московская, Новосибирская, Свердловская, Челябинская, Воронежская, Калининградская, Новгородская, Самарская, Нижегородская, Владимирская, Саратовская, Ростовская области, Приморский, Красноярский, Ставропольский края, республика Коми.

Проведенный анализ оценок населения России в части известности обозначения **БЕЛТИКА**, используемого для маркировки пива, позволяет сделать следующие выводы:

знание о том, что указанное обозначение используется для маркировки пива, характерно практически для всего населения России в возрасте от 18 лет и старше, что составляет 96 % опрошенных;

- указанное обозначение обладает высокой отличительной способностью по отношению к товару, для маркировки которого он используется, и, одновременно, это обозначение позволяет отличать данный товар – пиво – от однородных ему товаров других марок;

- в целом достоверный уровень известности среди населения России обозначения **БЕЛТИКА** равен 70 % (+/- 3 %);

- численность населения, которая покупает пиво, маркированное этим обозначением, очень высока – 79,3 %;

- для абсолютного большинства населения России (72,5 %) характерна в целом высокая оценка качества пива, маркированного этим обозначением;

- 73,3 % всех основных социальных групп населения России знают о том, что товар, маркируемый обозначением **БЕЛТИКА**, производится определенным производителем, а именно: ОАО «Пивоваренная компания «Балтика».

Представленные ОАО «Пивоваренная компания «Балтика» материалы, датированные более поздними годами, чем дата, на которую испрашивается общеизвестность знака, свидетельствуют о том, что и на момент подачи заявления товары «Пивоваренная компания «Балтика» были широко представлены на российском и зарубежных рынках, а само предприятие продолжает развиваться, наращивая объемы поставляемой продукции как на внутренний, так и на международный рынок.

Так, итоги работы ОАО "Пивоваренная компания "Балтика" за 9 месяцев 2005 г., размещенные на сайте заявителя www.baltika.ru, свидетельствуют о том, что и сегодня компания занимает лидирующие позиции в пивоваренной отрасли

всей России благодаря качеству продукции и неуклонному росту доли компании на российском рынке.

За 9 месяцев 2005 г. рост объемов продаж компании составил 16,9%, при общем росте рынка пивной продукции 4,8%. Объем продаж в 3 квартале 2005 года составил 6,995 млн. гектолитров.

Продажи компании в денежном выражении за 9 месяцев 2005 года выросли на 22,1% и составили 757,7 млн. Евро. Рост выручки стал, прежде всего, результатом увеличения объема продаж продукции компании.

Международная консалтинговая компания Interbrand Group оценила стоимость бренда «Балтика» в \$1.701 млн., что позволило ему занять третью строчку рейтинга после двух телекоммуникационных брендов.

С учетом представленных фактических данных можно сделать вывод об общеизвестности с 12.04.2001 комбинированного обозначения **БЛАТИКА**, используемого Открытым акционерным обществом "Пивоваренная компания "Балтика" в отношении выпускаемых им товаров 32 класса МКТУ — «пиво».

Экспертиза на соответствие заявленного обозначения требованиям пункта 1 статьи 7 Закона показала отсутствие ранее зарегистрированных или заявленных на регистрацию товарных знаков на имя других лиц, тождественных или сходных до степени смешения с анализируемым обозначением в отношении однородных товаров.

Руководствуясь Парижской конвенцией, Законом и Правилами ОИ, Палата по патентным спорам решила:

удовлетворить заявление от 18.01.2006 и признать обозначение **БЛАТИКА на имя Открытого акционерного общества «Пивоваренная компания «Балтика» общеизвестным товарным знаком в Российской Федерации с 12.04.2001 в отношении товаров 32 класса МКТУ – «пиво».**