

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 от 26.12.2023, о признании комбинированного обозначения «



» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.01.2022 на имя Акционерного общества «АБ ИнБев Эфес», 141607, Московская область, г. Клин, ул. Московская, д. 28 (далее – Заявитель, АО «АБ ИнБев Эфес»), в отношении товаров 32 класса МКТУ «пиво».

Согласно заявлению в качестве общеизвестного в Российской Федерации

The logo for "Staryy Melnik" (Old Mill) is displayed in a stylized, bold, black font. The word "Старый" is written in a smaller font above "Мельник".

товарного знака испрашивается комбинированное обозначение « _____ ».

Как указывается заявителем, заявленное комбинированное обозначение представляет собой словосочетание «Старый Мельник», написанное в две строки оригинальным шрифтом с пространственным доминированием слова «Мельник» в нейтральной черно-белой цветовой гамме.

Для подтверждения общеизвестности данного обозначения заявителем были представлены следующие материалы:

- копия Свидетельства о государственной регистрации юридического лица АО «АБ ИнБев Эфес» и выписка из ЕГРЮЛ [1];
- копия Устава АО «АБ ИнБев Эфес» [2];
- копия Выписки из Единого государственного реестра недвижимости о правах АО «АБ ИнБев Эфес» на имеющиеся у него объекты недвижимости [3];
- статьи из Википедии и деловой газеты «Ведомости» об АО «АБ ИнБев Эфес» [4];
- распечатки материалов сайта АО «АБ ИнБев Эфес» [5];
- перечень российских товарных знаков, принадлежащих АО «АБ ИнБев Эфес», выборочные копии официальных публикаций, копия договора об отчуждении товарных знаков [6];
- копии действующих деклараций о соответствии, копии деклараций о соответствии, а также сертификатов соответствия, полученных правопродшественником АО «АБ ИнБев Эфес» [7];
- презентация «История бренда», линейка продукции «Старого Мельника» по состоянию на 1 января 2022 года и дизайн-макеты упаковок за разные годы [8];
- справка от 08.12.2023 исх. № 081223-002-Ю об объемах продаж пива «Старый Мельник» с разбивкой по регионам РФ [9];

- справка от 08.12.2023 исх. № 081223-001-Ю об объемах продаж пива «Старый Мельник» с разбивкой по покупателям [10];
- копии договоров поставки пива в торговые сети с приложениями спецификаций и товаро-сопроводительных документов (ТСД) [11];
- сведения об объемах произведенной и поставленной продукции по данным ЕГАИС [12];
- копия справки AC Nielsen о доле рынка [13];
- справка от 08.12.2023 исх. № 081223-003-Ю об объемах экспорта пива «Старый Мельник» с разбивкой по странам [14];
- копии договоров на размещение рекламы за разные годы [15];
- эфирные справки телеканалов за разные годы [16];
- скриншоты рекламных видеороликов с количеством просмотров на YouTube плюс записи выборочных видеороликов на электронном носителе [17];
- презентация по продвижению продукции в местах продаж, на выставках и промо акциях совместно с торговыми сетями [18];
- макеты наружной рекламы, договоры на изготовление наружной рекламы [19];
- материалы по участию в дегустационных конкурсах с приложением копии диплома [20];
- презентация о проведении спонсорской деятельности и информация о специально созданном сайте www.starymelnik.ru [21];
- справка от 08.12.2023 исх. № 081223-001-Ю о затратах на рекламу пива «Старый Мельник» с разбивкой по годам [22];
- выборочные статьи в независимых СМИ, посвященные пиву «Старый Мельник» и сводная таблица со всеми упоминаниями бренда в СМИ [23];
- информация о рейтингах TOP20BRAND.RU за разные годы [24];
- копия договора, подтверждающего наличие имущественных авторских прав Заявителя на дизайн этикеток [25];
- копия запроса в ПАТК [26];
- результаты опроса общественного мнения [27];

- информационная справка о деятельности АО «АБ ИнБев Эфес» в области корпоративной социальной ответственности [28].

Рассмотрение заявления по итогам заседаний коллегии, состоявшихся 27.02.2024, 27.03.2024, 14.05.2024, перенесено на более поздний срок.

На заседании коллегии, состоявшемся 27.02.2024, заявителем дополнительно были представлены следующие материалы:

- копия ответа РАТК на запрос заявителя [29];
- электронный носитель, содержащий приложения к ответу РАТК и электронные письма РАТК в адрес заявителя, к которым прилагались таблицы Excel, сформированные РАТК [30].

В дополнение к ранее представленным материалам 20.03.2024 заявителем были представлены следующие материалы:

- дизайн-макеты этикеток и соответствующих им контрэтикеток, сгруппированные по различным артикулам продукции [31];
- записи рекламных видео-роликов с разбивкой по годам создания и запуска в эфир [32];
- копия справки АО «АБ ИнБев Эфес» от 15.03.2024, исх. № № 150324-002-Ю, с данными по размещению рекламы безалкогольного пива под маркировкой «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК» [33];
- копия справки ООО «Эверест» от 15.03.2024, б/н [34];
- копия справки ООО «Технологии Рекламных Инноваций» от 14.03.2024, б/н [35];
- копия справки «АБ ИнБев Эфес» от 15.03.2024, исх. № 150324-001-Ю по расходам на создание и разработку рекламных креативов [36];
- копии договора с ООО «Ю Би Си Кул-Б» и товарно-сопроводительной документации по закупке брендированных холодильных шкафов [37];
- запись видео с холодильным шкафом [38].

На заседании коллегии, состоявшемся 04.06.2024, изучив все материалы дела и заслушав лиц, участвующих в рассмотрении заявления, коллегией было установлено следующее.

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты (26.12.2023) 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, свидетельствует о следующем.

В материалах заявления представлена информация об истории компании Заявителя Акционерного общества «АБ ИнБев Эфес» (Приложения 1-7).

Компания Заявителя была зарегистрирована в Едином Государственном Реестре юридических лиц 02.03.2004 под регистрационным номером (ОГРН) – 1045003951156, индивидуальным налоговым номером (ИНН) – 5020037784 (Приложение 1).

Как следует из прилагаемого к настоящему заявлению Устава компании Заявителя, Акционерное общество «АБ ИнБев Эфес» было создано 02.03.2004 путем реорганизации в форме слияния следующих акционерных обществ: ОАО «Объединенные Пивоваренные Заводы», ОАО «Объединенные Заводы САН Интербрю», ОАО «Поволжье», ОАО «Пермская Пивоваренная Компания», ЗАО «Ивановская Пивоваренная Компания», ЗАО «Стар Дистрибьюшн Компани» и ЗАО «Комбинат напитков».

В 2006 году компания Заявителя вновь была реорганизована путем присоединения к ней ЗАО «ИнтерБир», Санкт-Петербург, а в 2019 аналогичным

образом к компании Заявителя присоединилось АО «Пивоварня Москва-Эфес» (Приложение 2).

На территории России Заявитель владеет 11 пивоваренными заводами (Приложение 3).

Портфель товарных знаков Заявителя только в России насчитывает свыше 400 знаков, под которыми продвигается целый ряд брендов общероссийского и регионального значения. В этот перечень входит, в частности, ранее признанный в России общеизвестным товарный знак № 12 «КЛИНСКОЕ» для товара 32 класса МКТУ «пиво» (Приложение 6).

В 2019 году компания Заявителя стала самым крупным производителем пива в России с долей рынка 28% (Приложение 4).

Также в материалах заявления представлена информация об истории развития



бренда и товарного знака «».

Как следует из представленных Заявителем материалов, «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК» – это российская марка пива, производство которого началось в 1999 году.

Первый российский товарный знак, который входит в портфель бренда, представляет собой чисто словесное обозначение «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК», изначально получившее правовую охрану под номером 185043 с приоритетом от 30.11.1998. Вышеуказанная регистрация изначально была произведена на имя нидерландской компании Анадолу Эфес Текникал энд Менеджмент Консалтенси Н.В., Ландхус Йоончи Кайа Ричард Дж. Божон з/н П/О Бокс 837 Кюрасао (NL). Бенефициаром нидерландской компании правообладателя был холдинг Anadolu Efes Biracilik ve Malt Sanayii A.Ş. (Anadolu Efes).

В 2004 году, когда портфель товарных знаков «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК» значительно увеличился, исключительные права на товарные знаки были переданы

Закрытому акционерному обществу «Пивоварня «Москва-Эфес», зарегистрированному по адресу: 117546, Москва, Промзона Бирюлево, ул. Подольских Курсантов, 15Б (Приложение б). Впоследствии фирменное наименование правообладателя было изменено на Акционерное общество «Пивоварня «Москва-Эфес», а после присоединения Акционерного общества «Пивоварня «Москва-Эфес» к Акционерному обществу «АБ ИнБев Эфес» в 2019 году исключительные права перешли к последнему без заключения договора (Приложения 2, 5, 6).

С момента первого выпуска в 1999 году дизайн пивной продукции под «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК» претерпевал регулярные изменения дизайна упаковки (Приложение 8). С 2007 года, написание бренда «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК» принимает обновленный вид и шрифтовое исполнение, стилизованное под старорусские шрифты. В дальнейшем написание шрифта менялось незначительно.

Заявителем были представлены сведения об объемах и географическом охвате



реализации товаров, маркированных обозначением « _____ ».

Согласно представленным сведениям объемы поставок на территории РФ составили: в 2018 году – 1 442 178 гектолитров; в 2019 году – 1 807 108 гектолитров; в 2020 году – 2 300 971 гектолитр; в 2021 году – 2 738 412 гектолитра; в 2022 году – 2 795 305 гектолитров; в 2023 году – 2 922 549 гектолитров. Итого за период с 2018 по 2023 года объем поставок на территории РФ составил 14 006 523 гектолитра (Приложения 9, 10).

На основе представленных заявителем материалов можно сделать вывод, что география продаж пива под комбинированным обозначением «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК» охватывает почти все российские регионы и практически все известные торговые сети, а также торговые предприятия малого и среднего бизнеса (Приложения 9-12). Однако, данные сведения не могут свидетельствовать о том, что

обозначение «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК» обладает достаточно высоким уровнем известности по отношению к компании, которая использует данное обозначение в качестве изготовителя товаров, достаточным для признания обозначения общеизвестным товарным знаком.

Также заявителем были приведены сведения о доле рынка, представленные независимой аналитической компанией «Эй Си Нильсен», По данным ООО «Эй Си Нильсен», учитывающим продажи в городах России (78 % рынка), за период с января 2021 г. по октябрь 2023 г. бренд «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК» занимал 5-е место в категории «пиво» на российском рынке (Приложение 13).

Аналогичные сведения представлены на информационном портале для ритейлеров и поставщиков Retail.ru со ссылкой на аналитическое исследование Агентства «Градус». Согласно указанному исследованию по итогам 9 месяцев 2022 года «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК» стал самым продаваемым пивным брендом в российских торговых сетях, как в декалитрах, так и в штуках (Приложение 27). Однако, данные сведения не могут свидетельствовать о том, что обозначение «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК» обладает достаточно высоким уровнем известности по отношению к компании, которая использует данное обозначение в качестве изготовителя товаров, достаточным для признания обозначения общеизвестным товарным знаком,

Кроме того, продукция под обозначением «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК» экспортировалась в целый ряд зарубежных стран, а именно: в Армению, Азербайджан, Беларусь, Китай, Эстонию, Францию, Грузию, Германию, Израиль, Казахстан, Кыргызстан, Литву, Молдову, Монголию, Польшу, Южную Корею, Испанию, Великобританию, США, Таджикистан, Узбекистан.

Данные по объемам экспорта с разбивкой по годам представлены в Приложении 14 и суммарно характеризуются следующими показателями: 2018 год – 239 942 гектолитра; 2019 год – 257 872 гектолитра; 2020 год – 250 579 гектолитров; 2021 год – 264 950 гектолитров; 2022 – 230 468 гектолитров; 2023 – 132 783 гектолитра. Итого за период с 2018 по 2023 года объем экспорта продукции под

обозначением «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК» составил 1 376 594 гектолитра (Приложение 14).

Заявителем были представлены сведения о рекламных и маркетинговых



кампаниях товаров, маркированных обозначением «».

Как сообщает в представленных материалах Заявитель, для продвижения на российском рынке продукции под брендом «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК», использовалась стратегия «360 градусов», то есть было задействовано максимальное количество видов коммуникационных каналов, включая, но не ограничиваясь, следующими: реклама на телевидении; видео-реклама в Интернете и социальных сетях; наружная реклама в крупнейших российских мегаполисах; реклама на транспорте; промо-акции в местах продаж; спонсорство; реклама в средствах массовой информации (Приложения 15-21).

Заявителем в представленных материалах указано, что суммарные затраты на размещение рекламы в РФ составили в рублях без НДС: реклама на телевидении: 2019 год – 78 600 028 рублей, 2020 год – 115 030 400 рублей, 2021 год – 106 105 122 рубля, 2023 год – 145 593 093 рубля; съемка рекламного ролика: 2019 год – 11 348 498,34 рублей, 2020 год – 21 874 514,71, 2022 год – 11 813 779,29, разработка креатива (рекламные ролики/digital баннеры) или последующая адаптация: 2019 год – 3 092 776 рублей, 2020 год – 3 185 920 рублей, 2021 год – 6 650 532,79 рубля, 2022 год – 1 936 550 рублей, 2023 год – 429 548,58 рублей, телевизионное спонсорство: 2023 год – 1 052 700 рублей; видеореклама в Интернете: 2019 год – 16 321 339 рублей, 2020 год – 26 352 299 рублей, 2021 – 13 452 712 рубля, 2023 год – 32 782 981 рубль; размещение рекламы в социальных сетях: 2020 год – 583 806 рублей, 2021 год – 1 157 365 рублей; наружная реклама: 2021 год – 926 362 рублей, 2023 год – 8 211 328 рублей (Приложение 22). Однако, данные сведения не могут свидетельствовать о том, что обозначение «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК» обладает

достаточно высоким уровнем известности по отношению к компании, которая использует данное обозначение в качестве изготовителя товаров, достаточным для признания обозначения общеизвестным товарным знаком,

Также Заявителем представлена информация об участии в международных выставках. Пиво «Старый Мельник из Бочонка» получило большую золотую медаль международного конкурса в области спиртных напитков «Monde Selection13». Начиная с 2000 г., разные виды пива «Старый Мельник» неоднократно становились лауреатами премии «EFFIE14». В 2021 году пиво «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК из Бочонка Мягкое» завоевало бронзовую медаль международного конкурса «The International Beer Challenge» (Приложение 20).

В материалах заявления содержатся сведения о спонсорской деятельности Заявителя. С 2000 по 2007 гг. бренд «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК» выступал спонсором рок-фестиваля «Крылья», а в период с 2001 по 2015-й – генеральным спонсором Российского футбольного союза и Сборной России по футболу. В преддверии Чемпионата ЕВРО-2008 была выпущена специальная «футбольная» линейка пониженной крепости (3,5%). В Приложениях 8, 21 Заявителем представлены отчеты о ведении спонсорской деятельности по каждому из данных направлений. Спонсорская активность Заявителя широко освещалась в СМИ (Приложение 21). Однако, данные сведения не могут свидетельствовать о том, что обозначение «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК» обладает достаточно высоким уровнем известности по отношению к компании, которая использует данное обозначение в качестве изготовителя товаров, достаточным для признания обозначения общеизвестным товарным знаком,

С 2021 по 2023 гг. пиво, маркированная заявленным обозначением «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК», стабильно входит в топ-десять в категории любимых брендов россиян в категории «пиво» (рейтинги TOP20BRAND.RU). Аналогичные показатели были достигнуты в 2009 и 2010 годах (рейтинги TOP20BRAND.RU https://top20brands.ru/ru/rating_category/cat16.html) (Приложение 24).

Вместе с тем указанные материалы об объемах и географическом охвате реализации товаров и сведения о рекламных и маркетинговых кампаниях товаров не



являются достаточными для признания обозначения «
»
общеизвестным с 01.01.2022 в отношении товаров 32 класса МКТУ «пиво» на имя
Акционерного общества «АБ ИнБев Эфес», поскольку коллегией из представленных
материалов на 31.05.2009 не был установлен факт наличия устойчивой
ассоциативной связи между товарами, маркированными обозначением «



», и Заявителем – Акционерным обществом «АБ ИнБев Эфес».

Коллегией было учтено представленное заявителем социологическое



исследование об известности обозначения «
» (Приложение 27).

Опрос общественного мнения был проведен ООО «Компания «Аналитическая социология» по эгидой Социологического факультета МГУ им. М.В.Ломоносова в период с 20 ноября по 5 декабря 2023 г. среди совершеннолетних жителей Российской Федерации – потребителей товаров широкого потребления, проживающих в шести крупнейших городах Российской Федерации: Москва (500 чел.), Санкт-Петербург (500 чел.), Ростов-на-Дону (125 чел.), Волгоград (125 чел.), Красноярск (125 чел.), Владивосток (125 чел.).

Как показало исследование, на дату, с которой испрашивается признание обозначения «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК» в стилизованном написании общеизвестным в России товарным знаком, данное обозначение как таковое, т.е. без указания на

маркируемые им товары, было знакомо абсолютному большинству потребителей (93,3%).

При этом в результате исследования было установлено, что почти все потребители правильно соотносят обозначение «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК» в стилизованном написании с товаром, для маркировки которого он применяется: 94% потребителей указали, что обозначение «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК» используется для маркировки пива. Данный показатель был получен в результате ответов на открытый вопрос.

Примерно такое же количество потребителей (95,3 %) указало, что им известен товарный знак «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК», применяемый для маркировки пива. Данный показатель был получен при выборе из нескольких предложенных вариантов ответа.

Результаты проведенного опроса свидетельствуют о высоком уровне ретроспективной известности обозначения «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК», используемого в качестве средства индивидуализации пива. В частности, 97,2% потребителей отметили, что данное обозначение им стало известно от полутора лет и более, а 90,9% – от 4 до 6 лет и раньше.

Основным источником знания большинства потребителей о существовании товарного знака «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК» является их прямой, непосредственный опыт: 45,7% опрошенных приобретали пиво, маркированное данным обозначением, 64,2% – употребляли данный товар, 50,0% – видели данный товар в магазине. Кроме того, 32,4% потребителей получили знания о данном обозначении и маркируемом им товаре из рекламы.

Более четырех пятых потребителей в целом (81,7%), которым известно обозначение «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК» в стилизованном написании, указали, что качество пива, маркируемого данным обозначением, является высоким (39,8%) или средним (41,9%).

Абсолютное большинство потребителей 82,0% правильно соотносят пиво, маркированное обозначением «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК» в стилизованном написании, и страну его происхождения (Россию).

Вместе с тем результаты ответов на вопрос, касающийся изготовителя продукции, не могут свидетельствовать о том, что обозначение «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК» обладает достаточно высоким уровнем известности по отношению к компании, которая использует данное обозначение в качестве изготовителя товаров, достаточным для признания обозначения общеизвестным товарным знаком, поскольку менее половины респондентов, а именно только 41,2% потребителей из числа опрошенных в целом указали на компанию заявителя Акционерное общество «АБ ИнБев Эфес» в качестве изготовителя продукции, маркируемой обозначением «СТАРЫЙ МЕЛЬНИК».

В связи с вышеизложенным результаты социологического опроса не могут



свидетельствовать о факте приобретения обозначением «
» свойств общеизвестного товарного знака с 01.01.2022 на имя Акционерного общества «АБ ИнБев Эфес».

Таким образом, заявителем не представлены доказательства, свидетельствующие в своей совокупности и взаимосвязи о приобретении



обозначением «
» свойств общеизвестного товарного знака, предусмотренные статьей 1508 Кодекса.

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

отказать в удовлетворении заявления, поступившего 26.12.2023, о

The logo consists of the words 'Старый' and 'Мельник' stacked vertically. 'Старый' is in a smaller, simple font, while 'Мельник' is in a larger, stylized, bold font with a slightly distressed or hand-drawn appearance.

признании комбинированного обозначения «» общеизвестным товарным знаком в Российской Федерации с 01.01.2022 в отношении товаров 32 класса МКТУ «пиво» на имя Акционерного общества «АБ ИнБев Эфес».