

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
**по результатам рассмотрения заявления**

Коллегия в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации 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 06.07.2017 заявление о признании товарного знака, охраняемого на территории Российской Федерации в соответствии с международным договором Российской Федерации, зарегистрированного Международным бюро Всемирной организации интеллектуальной собственности (далее – МБ ВОИС) за № 897236 (далее – знак по международной регистрации № 897236), общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.12.2015 в отношении товаров 30 класса МКТУ «лапша быстрого приготовления».

Международная регистрация указанного знака с конвенционным приоритетом от 26.05.2006 произведена 16.06.2006 в отношении товаров 30 класса МКТУ, указанных в перечне регистрации, на имя KOREA YAKULT CO., LTD., Республика Корея (KR).

Впоследствии правообладателем знака по международной регистрации № 897236 стала компания Paldo Co., Ltd., Республика Корея (KR) (далее – заявитель) (WIPO Gazette № 11/2012 от 05.04.2012).

На территории Российской Федерации правовая охрана знаку по международной регистрации № 897236 предоставлена в отношении следующих

товаров 30 класса МКТУ: «nouilles (non-cuites), dang-myun (nouilles chinoises, non-cuites), ra-myun (nouilles instantanées), macaronis, coquilles de pâte pour boulettes, spaghetti, gruau d'avoine, pâtes alimentaires, pizzas, biscuits, pain» (WIPO Gazette № 26/2008).

С учетом перевода перечня товаров на русский язык, заверенного патентным поверенным – представителем заявителя (далее – патентный поверенный) – правовая охрана действует для следующих товаров 30 класса МКТУ: «лапша (неприготовленная), данг-миун (китайская лапша, неприготовленная), ра-миун (быстрозаваривающаяся лапша), макароны, клецки, спагетти, овсяная мука, макаронные изделия, пицца, печенье, хлеб».

Срок действия регистрации продлен до 16.06.2026 (WIPO Gazette № 25/2016 от 30.06.2016).

Знак по международной регистрации № 897236 представляет собой



комбинированное обозначение «**ДОШИРАК**», включающее словесный элемент «ДОШИРАК», выполненный заглавными буквами русского алфавита желтого цвета с черным контуром, над правой частью которого расположен черно-белый комбинированный элемент в виде круга, содержащего изображение девушки и словесный элемент «ДОШИРАК». В нижней правой части обозначения расположены иероглифы, выполненные желтым цветом с черным контуром.

Для подтверждения общеизвестности данного знака по международной регистрации на территории Российской Федерации заявителем в соответствии с подпунктом 3 пункта 17 Административного регламента были представлены следующие материалы:

- (1) распечатка сведений о международной регистрации № 897236 с переводом на русский язык, заверенным патентным поверенным;
- (2) распечатки сведений о товарных знаках, принадлежащих заявителю;
- (3) сведения о взаимосвязи компании заявителя, ООО «Доширак Рус» (Москва), ООО «Доширак Рязань», (г. Рязань), ООО «Доширак Коя» (г. Раменское);


(4) копии дополнительных соглашений к лицензионным договорам и уведомлений об их регистрации;

(5) копии договоров (с приложениями: дополнительными соглашениями, счетами, схемами-расположениями стенда) и фотографий, касающихся участия в выставках «ПРОДЭКСПО-2016», «ПРОДЭКСПО-2015» «ПРОДЭКСПО-2014», «ПРОДЭКСПО-2013», «ПРОДЭКСПО-2012», «ПРОДЭКСПО-2011»;

(6) копия договора от 05.10.2015 № 39/ТГ-15 об участии 11.11.2015 в церемонии награждения премией «Товар Года» с приложениями (счет, акты, диплом, сертификат, публикация в печатном издании);

(7) таблица «Выручка по годам» и таблица «Затраты на маркетинг по годам»;

(8) письмо ООО «Доширак Рус» с приложением диаграммы «Доля в объемном/денежном выражении – по производителям на территории РФ», составленной ЗАО «Эй Си Нильсен» (АС Nielsen) в категории «лапша быстрого приготовления»;

(9) копия отчета «ВЦИОМ» «Определение уровня известности товарного знака  по результатам исследования, проведенного в марте 2016 г.;

(10) копии агентских договоров/соглашений, приложений к ним, фотоотчетов о размещении рекламной информации (наружная реклама) в Москве, Санкт-Петербурге, Владивостоке, Екатеринбурге, Новосибирске, Хабаровске (2010, 2011 гг.);

(11) копии приложений к агентскому договору о создании титров и видеороликов (2011 г.);

(12) копии приложений к агентскому договору о размещении аудио (радио) рекламных роликов в эфире радиостанций (2011 г.);

(13) копии агентского соглашения, приложений к нему и фотоотчетов о размещении рекламной информации (наружная реклама) в Москве, Владивостоке, Хабаровске, Санкт-Петербурге, Новосибирске, Екатеринбурге, Самаре, Волгограде,

Казани, Краснодаре, Красноярске, Тюмени, Владимире, Владикавказе, Мурманске, Нальчике, Новороссийске, Саратове, Симферополе, Твери, Тольятти (2011-2015 гг.);

(14) копия агентского договора, приложений к нему, фотоотчетов об обеспечении распространения рекламно-информационных материалов на объектах наружной рекламы, на транспорте в Хабаровске, Владивостоке, Москве, Иркутске, Красноярске, Новосибирске, Кемерово, Омске, Екатеринбурге, Челябинске, Новокузнецке, Тюмени, Уфе, Перми, Санкт-Петербурге, Рязани, Воронеже, Нижнем Новгороде, Владимире, Самаре, Казани, Саратове, Волгограде, Краснодаре, Ростове-на-Дону, Туле, Ярославле (2011-2015 гг.);

(15) копии приложений к агентскому соглашению о размещении аудиороликов в региональном эфире (Москва, Санкт-Петербург, Барнаул, Благовещенск, Владивосток, Екатеринбург, Иркутск, Кемерово, Краснодар, Красноярск, Новокузнецк, Новосибирск, Петропавловск-Камчатский, Ростов-на-Дону, Самара, Тюмень, Уфа, Хабаровск, Челябинск, Чита, Южно-Сахалинск, Якутск) радиостанций (2013 г.);

(16) копии агентских соглашений с приложениями о размещении рекламы на телевидении (телеканалы федерального и регионального вещания: Первый, Россия 1, НТВ, СТС, Россия 2, Домашний, 5 канал, ДТВ, Перец, ТНТ, Рен-ТВ, Ю, 4 канал Екатеринбург) в 2011-2015 гг.;

(17) флэш-носитель, содержащий файл с презентацией и папку с файлами – рекламными видеороликами, размещаемыми на телевидении в разное время;

(18) документы по товарным знакам (распечатки знаков, принадлежащих заявителю);

(19) копии договоров и приложений к ним, касающихся проведения независимых маркетинговых исследований, 2010-2017 гг.;

(20) договоры с дилерами и сетями (копии дистрибьюторских договоров с приложением выписок из ЕГРЮЛ по некоторым контрагентам), заключенные с контрагентами из г. Самары, Самарской области, г. Саратова, Саратовской области, Пензенской области, г. Элисты, г. Волгограда, Волгоградской области, Астраханской области, г. Нижнего Новгорода, Нижегородской области, г. Казани,

г. Кемерово, г. Москвы, Республики Татарстан, г. Грозного, г. Владикавказа, г. Махачкалы, г. Ростова-на-Дону, Ростовской области, г. Краснодар, Краснодарского края, г. Ставрополя, г. Нальчика в 2010, 2011, 2013-2017 гг. – Поволжье и Юг;

(21) договоры с дилерами и сетями (копии дистрибьюторских договоров с приложением выписок из ЕГРЮЛ по некоторым контрагентам), заключенные с контрагентами из г. Челябинска, г. Магнитогорска, г. Тюмени, г. Лабитнанги (ЯНАО), г. Оренбурга, Оренбургской области, г. Кирова, г. Уфы, г. Екатеринбурга, Свердловской области, г. Перми, г. Ижевска, г. Иркутска, Иркутской области, г. Красноярска, Красноярского края, Республики Хакасия, г. Улан-Уде, Алтайского края, г. Томска, г. Омска, г. Кемерово, Новосибирской области, г. Южно-Сахалинска, г. Петропавловска-Камчатского, г. Хабаровска, Амурской области, г. Нерюнгри (Республика Саха (Якутия)), г. Якутска в 2010-2012, 2014-2017 гг.;

(22) договоры с дилерами и сетями (копии дистрибьюторских договоров с приложениями по некоторым из них), заключенные с контрагентами из г. Воронежа, г. Москвы, Московской области, г. Нижнего Новгорода, г. Челябинска, г. Санкт-Петербурга, г. Калининграда, г. Екатеринбурга, г. Краснодара в 2010-2016 гг.;

(23) договоры с дилерами и сетями (копии дистрибьюторских договоров с приложением выписок из ЕГРЮЛ по некоторым контрагентам), заключенные с контрагентами из г. Москвы, Московской области, г. Воронежа, г. Липецка, г. Брянска, г. Обнинска, г. Тулы, г. Смоленска, г. Орла, г. Костромы, г. Владимира, г. Твери, г. Ярославля, г. Белгорода, г. Иваново, г. Тамбова, г. Санкт-Петербурга, Ленинградской области, г. Мурманска, Мурманской области, Республики Коми, Архангельской области, г. Петрозаводска, г. Вологды, г. Череповца, г. Пскова 2010-2017 гг.;

(24) данные о продажах 2010-2017 гг.: сводные таблицы продаж по годам;

(25) копии сертификатов ISO, сертификатов соответствия и деклараций о соответствии продукции ООО «Доширак Коя» (ООО «КОЯ»), ООО «Доширак Рязань», копии документов на нежилые помещения;

(26) сведения о компании Paldo Co., Ltd., Республика Корея, документы о регистрации ООО «КОЯ», ООО «Доширак Рязань», выписка из ЕГРЮЛ, касающаяся ООО «Доширак Рус»;

(27) копии договоров с рекламными компаниями: агентские соглашения, приложения к агентским соглашениям о производстве рекламно-информационных материалов, 2010-2017 гг.;

(28) копии договоров с рекламными компаниями: агентские соглашения, приложения к агентским соглашениям, медиапланы, касающиеся рекламных роликов на телевидении (телеканалы федерального и регионального вещания: Россия 1, Домашний, Матч ТВ, Че, Пятый канал, Первый канал, СТС, Рен-ТВ, 4 канал НТВ, СТС, Ю, Перец, ТНТ и другие) в 2011-2016 гг.;


(29) копии договоров и дополнительных соглашений, касающихся участия ООО «Доширак Рус» в выставках в 2010-2017 гг.;

(30) копии приложений к агентским соглашениям, касающихся рекламы на радио в 2017, 2015, 2014, 2013 гг.;

(31) презентация, касающаяся бренда «Доширак»/«Doshirak».

Дополнительно на основании подпункта 18 пункта 12 Административного регламента были приобщены следующие материалы:

(32) схема-взаимосвязь компании заявителя, ООО «Доширак Рус», ООО «Доширак Рязань», ООО «Доширак Коя»;

(33) копия решения о признании товарного знака «» общеизвестным в Республике Казахстан;

(34) статья из сети Интернет от 30.11.2017 «Доширак» заинтересовался покупкой бывшей штаб-квартиры «Трансаэро».

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

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты (06.07.2017) его подачи, включает Конвенцию по охране промышленной собственности (Париж, 20 марта 1883 г.), пересмотренную в Брюсселе 14 декабря 1900 г., в Вашингтоне 2 июня 1911 г., в Гааге 6 ноября 1925 г., в Лондоне 2 июня 1934 г., в Лиссабоне 31

октября 1958 г, и в Стокгольме 14 июля 1967 г.; 28 сентября 1979 г. (далее – Парижская конвенция), четвертую часть Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и упомянутый выше 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.

Согласно требованиям, установленным пунктом 1 статьи 1508 Кодекса, по заявлению лица, считающего используемый им товарный знак общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, по решению федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности может быть признан общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, если этот товарный знак в результате интенсивного использования стал на указанную в заявлении дату широко известным в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров заявителя.

В соответствии с пунктом 17 (3) Административного регламента в подтверждение общеизвестности товарного знака заявитель имеет право представить 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 материалов и фактических данных, представленных заявителем, показал следующее.

Деятельность заявителя в Российской Федерации осуществляется через его аффилированные лица: ООО «Доширак Рус», ООО «Доширак Коя» (ООО «КОЯ») и ООО «Доширак Рязань».

Производство продовольственных товаров в России осуществляется на двух заводах: в Московской области (Раменский район) – ООО «Доширак Коя» и в Рязани – ООО «Доширак Рязань» (материалы (3), (26), (32)). Производство товаров на указанных производственных площадках с 2004 и с 2010 гг., соответственно, подтверждается сертификатами и декларациями о соответствии продукции (25).

Реализация и продвижение произведенной продукции осуществляется дочерней компанией заявителя, ООО «Доширак Рус», созданной в 2010 году (материалы (3), (26)), осуществляющей использование рассматриваемого знака по международной регистрации № 897236 на территории Российской Федерации на основании лицензионного договора, зарегистрированного в установленном порядке в 2011 году, действующего с изменениями, внесенными и зарегистрированными в 2012 году.

Согласно представленным материалам продажа товаров осуществляется посредством поставки товаров крупным сетевым ритейлерам (материалы (22), (23)), а также в точки продаж, расположенные в различных субъектах Российской Федерации (материалы (20) и (21)).

Лицензиатом заявителя осуществляются также мероприятия, направленные на продвижение продовольственных товаров, в частности, путем заключения агентских соглашений о размещении рекламной информации на щитах, на телевидении, радио,



на транспорте, путем участия в выставках, конкурсах (материалы (5), (11), (12), (13), (14), (15), (16), (27), (28), (29), (30)).

Активная деятельность по продвижению продукции подтверждается также премией «Товар года 2015», которой награждена продукция «лапша быстрого приготовления» (материалы (6)).

Таким образом, представленные материалы иллюстрируют присутствие на российском рынке товаров, производимых дочерними предприятиями заявителя, которые активно рекламируются потребителям.

Вместе с тем, проанализировав представленный массив документов в совокупности, коллегия пришла к выводу о том, что поступившее 06.07.2017 заявление о признании знака по международной регистрации № 897236 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.12.2015 в отношении товаров 30 класса МКТУ «лапша быстрого приготовления» на имя Paldo Co., Ltd., Республика Корея (KR), не может быть удовлетворено по следующим причинам.

В заявлении испрашивается признание знака по международной регистрации № 897236 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком в отношении товаров 30 класса МКТУ «лапша быстрого приготовления».

Вместе с тем перечень анализируемой регистрации не содержит указанного наименования товара. На заседании коллегии от 01.12.2017 патентным поверенным было отмечено, что испрашиваемый вид товара является видовым понятием по отношению к товарам, имеющимся в перечне регистрации.

Коллегия не может согласиться с таким подходом ввиду следующего.

Заявление подано в отношении уже охраняемого товарного знака, то есть знака, объем правовой охраны которого определен в конкретном перечне товаров. В таком случае заявитель вправе испрашивать рассмотрение вопроса об общеизвестности только в отношении того товара (тех товаров), который (которые) имеются в перечне регистрации.

При этом следует иметь ввиду, что в случае признания товарного знака (в том числе, знака по международной регистрации) общеизвестным в Российской

Федерации товарным знаком, на имя заявителя выдается свидетельство на общеизвестный товарный знак, сведения о котором (в частности, указание товаров/товара) вносятся в Перечень общеизвестных в Российской Федерации товарных знаков, ведение которого осуществляется на русском языке.

Поскольку в данном случае рассмотрению подлежит знак, зарегистрированный в соответствии с международным договором Российской Федерации, перечень товаров которого составляется на иностранном языке (см. Общую инструкцию к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков и Протоколу к этому соглашению<sup>1</sup>, действовавшую с 01.04.2004, с учетом даты международной регистрации рассматриваемого знака), и учитывая тот факт, что заявителем испрашивается рассмотрение заявления по отношению к товару «лапша быстрого приготовления», в указанной формулировке отсутствующий в Международной классификации товаров и услуг (МКТУ), качество перевода имеет высокое значение.


Согласно переводу, представленному патентным поверенным международная регистрация не содержит товара «лапша быстрого приготовления». Сведения об указанном продукте («сырая лапша предварительно обжаривается в масле, затем подсушивается» – см. 2ой лист заявления) не позволяют считать его видовым понятием по отношению к товару «лапша (неприготовленная)». С точки зрения перевода, наиболее близким наименованием к товару «лапша быстрого приготовления» является имеющийся в перечне международной регистрации товар «ra-myun (nouilles instantanées)» (ра-миун (быстрозаваривающаяся лапша)). Однако, установить идентичность данных понятий, а следовательно, учесть рассматриваемые документы как относящиеся к товару «ra-myun (nouilles instantanées)» из материалов, представленных с заявлением, не представляется возможным.

---

<sup>1</sup> Правило 6 пункт 1(b) Инструкции: «Любая международная заявка, регулируемая исключительно Протоколом, или регулируемая Соглашением и Протоколом, составляется на английском, французском или испанском языке, в зависимости от того, какой из языков предписан Ведомством происхождения, при этом подразумевается, что Ведомство происхождения может разрешать заявителям делать выбор между английским, французским и испанским языками» (см. [http://www.wipo.int/export/sites/www/madrid/ru/docs/common\\_regulations.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/madrid/ru/docs/common_regulations.pdf)).

Кроме того, представленные заявителем материалы указывают и на иные обстоятельства, препятствующие выводу о том, что знак по международной регистрации № 897236 стал на 01.12.2015 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком в отношении товаров заявителя.

Заявитель стал правообладателем рассматриваемого знака только в 2012 году (публикация WIPO Gazette № 11/2012 от 05.04.2012). Как было пояснено на заседании коллегии от 01.12.2017, предыдущий правообладатель знака по международной регистрации № 897236 и компания Paldo Co., Ltd., Республика Корея (KR) (заявитель), являются разными лицами: последняя выделена из первой. Одновременно, нужно отметить, что в заявлении отсутствуют материалы, касающиеся взаимосвязи компаний KOREA YAKULT CO., LTD., Республика Корея (KR), и Paldo Co., Ltd., Республика Корея (KR).

С учетом данного обстоятельства, документы и сведения, относящиеся к периоду ранее 05.04.2012, не могут быть учтены при рассмотрении заявления о признании общеизвестным знака «ДОШИРАК» в отношении товаров заявителя.

Аналогично, на выводы коллегии не могут повлиять документы и сведения, относящиеся к периоду после 01.12.2015 (дата, на которую испрашивается признание общеизвестности).

С учетом сказанного, исследуемый коллегией период составляет чуть более 3,5 лет, что не позволяет сделать вывод о продолжительности использования знака заявителем.

Что касается фактических материалов, относящихся к использованию знака по международной регистрации № 897236 в России, то коллегия отмечает следующее.

На сайте <http://doshirak.com> представлена продукция, выпускаемая и реализуемая дочерними предприятиями заявителя, в частности, указаны следующие разделы: лапша быстрого приготовления, картофельное пюре, корейская лапша, напитки, другое (материалы (31)). Номенклатура товаров, согласно материалам (24) (таблицы продаж за 2012, 2013, 2014, 2015 гг.) включает, в частности, следующие наименования: Доширак, Квисти (Доширак Квисти), Пюре, Сытный обед, Premium


Доширак, Корейская лапша (Чан Рамён), Чачжан Мён, суп, Алоэ (напиток с соком алоэ), Сокодержащие напитки, Сантафе (кофейный напиток), морская капуста, сливки, Пибим Мён, Яичная лапша Рамен, макаронные изделия, попкорн и др.


При этом большинство представленных материалов, а именно: договоры, касающиеся поставок товаров, агентские договоры, касающиеся рекламы на транспорте, наружной рекламы, – представлены в общем виде. Иными словами, нельзя установить, что эти договоры относятся именно к товару «лапша быстрого приготовления» либо товару «ра-миун (быстрозаваривающаяся лапша)», но не товару «корейская лапша», «пюре», «напиток». Факты поставок не подтверждены товарными накладными либо универсальными передаточными документами.


Дифференциация объемов поставок и структуры расходов на продвижение по товарам прослеживается лишь из сводных таблиц, анализ которых показывает, что реализация товара «лапша» имела уверенный рост к 2015 году. Однако, доля рынка, занимаемая товарами под обозначением «Доширак»/«Doshirak», сопоставима с долей рынка, занимаемой товарами под обозначением «Роллтон».


Дополнительно следует отметить, что для индивидуализации товаров «лапша» в разный временной период использовались разные этикетки, большинство из которых содержит обозначение в измененном виде:

2007	2008	2011	2018
			
		2010 	

Изменения касаются, в частности, вида, размера и наклона шрифта, наличия и характера изображения девушки, добавления обозначения «» со словесным элементом в латинице.

Использование рассматриваемого обозначения () с изменениями и без осуществлялось/осуществляется исключительно на товаре (в рекламе – за счет использования фотографий продукта). Сопроводительная документация, фирменные бланки, рекламная продукция, вывески, используемые на выставках, содержат упомянутое в предыдущем абзаце обозначение в латинице.

С учетом сказанного, изменение характера и вида обозначения не позволяют прийти к выводу о том, что именно знак по международной регистрации № 897236 (а не обозначение «») в результате его длительного и интенсивного использования стал общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком.

Что касается представленного опроса общественного мнения (9), то его результаты не позволяют сформулировать однозначный вывод о наличии у потребителей ассоциативной связи товаров, маркированных знаком по международной регистрации № 897236, с заявителем. Согласно странице 10 отчета знак «» обладает высоким уровнем известности среди потребителей (97 % опрошенных известно продемонстрированное обозначение). Между тем, при ответе на открытый вопрос «Как Вы считаете, какая компания является производителем товаров, маркированных данным обозначением?» 65 % потребителей затруднились ответить, 7 % ответили «какая-либо азиатская компания», 2 % ответили «какая-либо российская компания».

При использовании закрытого вопроса (с предложенными вариантами ответов) 75 % респондентов указали компанию «Доширак Коя», 20 % затруднились ответить, оставшиеся 5 % выбрали иные компании.

Коллегия отмечает, что выбор в качестве компании-производителя лицо, наименование которого совпадает со словесным элементом рассматриваемого знака по международной регистрации № 897236 («Доширак»), представляется наиболее

очевидным, однако, 20 % опрошенных не выбрали данный вариант ответа, что является значительной величиной.

Таким образом, анализ поступившего заявления и представленных заявителем материалов не позволяет сделать вывод о том, что знак по международной регистрации № 897236 в результате его интенсивного использования стал широко известным в Российской Федерации в отношении товаров заявителя на 01.12.2015.

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

**отказать в удовлетворении заявления, поступившего 06.07.2017, о признании знака по международной регистрации № 897236 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком.**