


**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 14.07.2017 заявление о признании

комбинированного товарного знака  по свидетельству № 283065 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 31.12.2013 на имя компании PepsiCo, Inc., Соединенные Штаты Америки (далее – заявитель), в отношении товаров 29 класса МКТУ «хрустящий картофель, чипсы, приготовленные картофельные чипсы».

Товарный знак по свидетельству № 283065 был зарегистрирован 28.02.2005 по заявке № 2004710979 с приоритетом от 20.05.2004 на имя заявителя, в частности, в отношении товаров 29 класса МКТУ «хрустящий картофель, чипсы, приготовленные картофельные чипсы».

Для подтверждения общеизвестности данного товарного знака в соответствии с подпунктом 3 пункта 17 Административного регламента заявителем были представлены вместе с заявлением и на заседании коллегии копии следующих документов:

- 1) сведения о принадлежащих заявителю товарных знаках «Lay's» в США, различных странах мира и в России;
- 2) сведения об истории создания компании заявителя;

- 3) информационные письма о связи заявителя с ООО «Фрито Лей Мануфактуринг», выписка из ЕГРЮЛ со сведениями об этом юридическом лице и лицензионный договор между ними;
- 4) информационное письмо о договорах ООО «Фрито Лей Мануфактуринг»;
- 5) архив публикаций в СМИ о картофельных чипсах «Lay's» в России;
- 6) сведения из сети Интернет о рейтингах, доходности и оценочной стоимости бренда «Lay's»;
- 7) результаты маркетинговых исследований о доле картофельных чипсов «Lay's» на российском рынке соответствующих товаров;
- 8) сведения о наградах картофельных чипсов «Lay's»;
- 9) примеры дизайна упаковки для картофельных чипсов «Lay's»;
- 10) справки о расходах на рекламу картофельных чипсов «Lay's»;
- 11) фотографии рекламных публикаций в печатных СМИ и наружной рекламы, кадры видеорекламы на телевидении и диск с рекламными видеороликами картофельных чипсов «Lay's»;
- 12) презентации рекламных кампаний для картофельных чипсов «Lay's»;
- 13) результаты социологического опроса потребителей.

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты его подачи (14.07.2017), 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 комбинированного товарного знака  по свидетельству № 283065 на предмет возможности признания его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком на имя заявителя с 31.12.2013 в отношении товаров 29 класса МКТУ «хрустящий картофель, чипсы, приготовленные картофельные чипсы» коллегией установлено следующее.

Из представленных заявителем материалов [1 – 13] следует то, что принадлежащий ему указанный выше товарный знак в период ранее даты, с которой испрашивается признание его общеизвестным товарным знаком, действительно использовался в Российской Федерации для индивидуализации картофельных чипсов, производимых и продвигаемых на российском рынке ООО «Фрито Лей Мануфактуринг» [4] на основании лицензионного договора [3].

Соответствующая продукция, индивидуализируемая этим товарным знаком и имеющая мировую известность [6], получила весьма большую долю и на российском рынке таких товаров [7] и достаточно широкую известность среди российских потребителей благодаря многочисленным публикациям в СМИ [5] и интенсивным рекламным кампаниям [10 – 12], что подтверждается, в частности, наградами популярных отраслевых конкурсов [8] и весьма высокими показателями по результатам социологического опроса потребителей [13].

Однако ни один из представленных заявителем документов [1 – 13] не содержит в себе каких-либо сведений, которые указывали бы на непосредственное участие именно заявителя тем или иным образом в производстве и продвижении на территории Российской Федерации соответствующих товаров, индивидуализируемых рассматриваемым товарным знаком. При этом декларативное

утверждение о том, что он является конечным бенефициаром результатов деятельности его лицензиата – ООО «Фрито Лей Мануфактуринг» [3], само по себе никак не может свидетельствовать о том, что хозяйственная деятельность этого российского юридического лица осуществляется исключительно под полным контролем заявителя и, как следствие, всецело отождествляется потребителями с производственной деятельностью самого заявителя.

Так, в частности, отсутствуют какие-либо сведения о фактических обстоятельствах, которые свидетельствовали бы, собственно, о позиционировании соответствующих товаров на российском рынке в качестве продукции именно заявителя. Например, в рекламных материалах [11 – 12] и на товаре [9] не обнаруживаются какие-либо указания на заявителя, то есть неизвестно, каким образом российский средний потребитель мог бы узнать о принадлежности данных товаров заявителю.

Следовательно, коллегия не располагает необходимыми сведениями об известности российским потребителям указанной продукции как товаров именно заявителя, на имя которого, собственно, и испрашивается признание рассматриваемого знака общеизвестным товарным знаком.

Что касается результатов социологического опроса потребителей [13] по поводу принадлежности заявителю соответствующей продукции, то следует отметить, что они, во-первых, не подтверждаются какими-либо иными источниками информации, а во-вторых – являются сами по себе сомнительными, так как ООО «Фрито Лей Мануфактуринг», согласно отчету, признается приблизительно половиной респондентов производителем этих товаров, что можно объяснить как наличием сведений об этом юридическом лице (реальном производителе) непосредственно на товарах, так и наличием в его фирменном наименовании слова «Лей», созвучного со словесным элементом «Lay's» в рассматриваемом товарном знаке. При наличии такой очевидной подсказки («Лей») в указанном фирменном наименовании, конечно же, нет среди ответов на соответствующий вопрос никаких упоминаний заявителя. И, напротив, при ответе на вопрос о принадлежности исключительного права на товарный знак приблизительно половина респондентов неожиданно указывает на

заявителя, неизвестно на чем основываясь в своих представлениях (так как отсутствуют соответствующие сведения в рекламе или на товаре), но никто из опрошенных не называет ООО «Фрито Лей Мануфактуринг» (не предлагается к ответу).

Относительно ответов на вопросы о связи между заявителем и ООО «Фрито Лей Мануфактуринг», которую усмотрели более половины опрошенных, необходимо отметить, что эти вопросы были сформулированы таким образом, что они носят для респондентов исключительно предположительный характер («Как Вы думаете, ...»), не опираясь на имеющиеся у них какие-либо знания и/или опыт, и сами по себе предлагают, прежде всего, положительный вариант ответа на них.

Таким образом, представленные заявителем документы, в том числе и результаты социологического опроса потребителей [13], не позволяют коллегии прийти к однозначному выводу о наличии у российского среднего потребителя в его восприятии рассматриваемого товарного знака и индивидуализируемой им соответствующей продукции представлений об их принадлежности именно заявителю.

Принимая во внимание изложенные выше обстоятельства, коллегия пришла к выводу об отсутствии в материалах заявления необходимых доказательств для признания рассматриваемого товарного знака общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, собственно, на имя заявителя.

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

**отказать в удовлетворении заявления, поступившего 14.07.2017, о признании товарного знака по свидетельству № 283065 общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком.**