


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 30.10.2024,



о признании комбинированного обозначения «» общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.01.2024 на имя ООО «Вологодское мороженное» (далее - Заявитель), в отношении товаров 30 класса МКТУ «мороженное».



Обозначение «», в отношении которого испрашивается признание его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, представляет собой выполненное оригинальным шрифтом в кириллице на фоне стилизованного изображения льющейся жидкости словосочетание «ПЛОМБИР ВОЛОГОДСКИЙ». Словосочетание и фоновый рисунок окантованы полосами коричневого и желтого цветов и расположены на фоне горизонтально ориентированных полос, выполненных в красном, желтом и светло-зеленых цветах.

Для подтверждения общеизвестности комбинированного обозначения «



», Заявителем были представлены следующие материалы:

- Заявление [1].

06.02.2025 Заявителем были представлены дополнительные материалы:

- Обозначение на 1 листе [2];
- Выписки из ЕГРЮЛ [3];
- Сведения о сети киосков и вендинговых автоматов [4];
- Справка об объемах производства [5];
- Документы, подтверждающие права собственности на недвижимое имущество [6];
- Распечатка сведений из архива Интернета [7];
- Распечатка сведений о зарегистрированных товарных знаках [8];
- Справка о деятельности сети розничных киосков [9];
- Справка об объемах реализации [10];

- Примеры договоров реализации продукции с исполнениями [11];
- Заключение № МИ-1807-38 от 29.08.2024 об исследовании рынка [12];
- Заключение № СО-1807-37 от 29.08.2024 по результатам социологического исследования [13];
- Примеры договоров закупки сырья с исполнениями [14];
- Справка о расходах на продвижение Обозначения [15];
- Примеры договоров о продвижении Обозначения с исполнениями [16];
- Копии наград [17];
- Копия доверенности [18];
- Копия документа, подтверждающего оплату пошлины [19].

На заседании коллегии, состоявшемся 08.04.2025, заседание коллегии было перенесено на 21.05.2025.

07.05.2025 Заявителем были представлены дополнительные материалы:

- Измененное Обозначение Товарного Знака на [20];
- Примеры договоров реализации продукции с исполнениями крупных сетей ритейла за 2013-2025 годы [21];
- Договор о благотворительной активности с исполнениями за 2023 год [22];
- Примеры рекламных креативов в формате видеороликов (46 штук) за 2019-2022 годы на флеш-носителе [23].

На заседании коллегии, состоявшемся 21.05.2025, заседание коллегии было перенесено на 18.06.2025, а также, Заявителем были представлены дополнительные материалы:

- Документы, свидетельствующие о проведении активной рекламной кампании [24].

На заседании коллегии, состоявшемся 18.06.2025, заседание коллегии было перенесено по ходатайству заявителя на 22.07.2025, а также, Заявителем были представлены дополнительные материалы:

- Документы, подтверждающих реализацию продукции «мороженое» во всех регионах присутствия компании ОАО «Российские железные дороги» [24];

- Договор поставки продукции с ООО «НСК» с приложениями и исполнениями [25];
- Договор поставки продукции с ООО «РБЕ» с приложениями и исполнениями [26];
- Договор поставки продукции с ООО «Независимая сервисная компания» с приложениями и исполнениями [27];
- Документы о представленности продукции «ПЛОМБИР ВОЛОГОДСКИЙ» в розничных магазинах [28].

18.07.2025 Заявителем были представлены дополнительные материалы:

- Распечатка сведений о юридических лицах [29];
- Справка о регионах распространения продукции «Пломбир Вологодский» [30].

На заседании коллегии, состоявшемся 22.07.2025, заседание коллегии было перенесено по ходатайству заявителя на 09.09.2025.

На заседании коллегии, состоявшемся 09.09.2025, заседание коллегии было перенесено по ходатайству заявителя на 07.10.2025, а также, Заявителем были представлены дополнительные материалы:

- Договор оказания услуг по размещению рекламы продукции Заявителя маркированной Обозначением в федеральных средствах массовой информации, а также исполнения к нему: эфирные справки, копии видео и аудиороликов рекламного характера [31];
- Документы, свидетельствующие о распространении продукции, маркированной Обозначением по всем магазинам названных ранее федеральных торговых сетей [32].

На заседании коллегии, состоявшемся 07.10.2025, заседание коллегии было перенесено на 23.10.2025, а также, Заявителем были представлены дополнительные материалы:

- Эфирные справки [33].

На заседании коллегии, состоявшемся 23.10.2025, заседание коллегии было перенесено на 06.11.2025, а также, Заявителем были представлены дополнительные материалы:

- Видеозаписи, подтверждающие демонстрацию рекламных материалов в эфире федеральных телеканалов [34];

- Письменные пояснения к заявлению [35].

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

Правовая база для рассмотрения заявления, с учетом даты (30.10.2024) 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.



При анализе заявленного комбинированного обозначения «» на предмет возможности признания его общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком с 01.01.2024 на имя ООО «Вологодское мороженое» (далее - Заявитель), в отношении товаров 30 класса МКТУ «мороженое» установлено следующее.

Как следует из представленных материалов дела, Заявитель - входит в группу компаний «АЙСБЕРРИ» (является единственным участником ООО «ТД Айсберри»), являющейся крупнейшим в Российской Федерации производителем мороженого, а также оператором самой крупной в России сети специализированных киосков и вендинговых автоматов по продаже мороженого и напитков. Штат сотрудников

Заявителя по состоянию на 01.01.2024 насчитывал 359 человек. Общая площадь производственных помещений - 5 053 кв.м. Площадь складских помещений - 12 510 кв.м. Общий объем производства мороженого составляет более ста тысяч тонн в год. География продаж продукции Группы компаний «АЙСБЕРРИ» охватывает более чем 85 регионов России и значительное число стран мира, продолжая расширяться (Приложение [3, 4]).

Внутри бизнес-группы компаний «АЙСБЕРРИ» Заявитель осуществляет деятельность по регистрации, развитию и защите средств индивидуализации, используемых Группой. На сегодняшний день Заявитель входит в число крупнейших российских производителей масложировой продукции.

В рамках осуществления производственной деятельности Заявитель владеет, пользуется и распоряжается по праву собственности, в том числе, следующими имущественными комплексами: Цех по производству мороженого площадью 4317 метров, расположенный по адресу: г. Вологда, ул. Александра Клубова, 87; Пристройка к холодильному цеху площадью 735 метров, расположенная по адресу: г. Вологда, ул. Александра Клубова, 87; Холодильный склад площадью 1387 метров, расположенный в городе Вологда по адресу: ул. Александра Клубова, 87; Склад площадью 1659 метров, расположенный в городе Вологда по адресу: ул. Александра Клубова, 87; Склад площадью 810 метров, расположенный в городе Вологда по адресу: ул. Александра Клубова, 87; Склад площадью 720 метров, расположенный в городе Вологда по адресу: ул. Александра Клубова, 87; Склад площадью 969 метров, расположенный в городе Вологда по адресу: ул. Александра Клубова, 87 с 1; Офисное здание площадью 681 метр, расположенный в городе Вологда по адресу: ул. Александра Клубова, 87 с.3 (Приложение [6]).

Вместе с тем, из представленных материалов дела следует, что Заявитель является правообладателем серии товарных знаков со словесными элементами «ПЛОМБИР ВОЛОГОДСКИЙ» № 631406, №735969, №733216, № 735968, №735615, №735970, №938322, №938323, №938324, №734492 (Приложение [8]).



Также, коллегией установлено, что продажа мороженого «
реализуется по трем основным каналам сбыта в соответствии с представленными Заявителем договоров поставки и исполнений к ним (Приложение [10, 11, 21]):

- он-лайн в различных магазинах и агрегаторах, таких как: Яндекс Лавка, Самокат, Delivery club;

- в крупнейших сетевых магазинах, таких как: «Авоська», «Ашан», «Верный», «Виктория», «Гиперглобус», «ДИКСИ», «Лента», «Магнит» (АО «Тандер»), «Магнолия», «Метро», «ОКЕЙ», «Перекресток», «Пятерочка», «SPAR», «Утконос», «Фикс Прайс», ООО «Агроторг», ООО «Агроаспект», ООО «Копейка-Москва», ООО «Копейка-М.О.» ООО «Копейка-Воронеж», ООО «Копейка-Поволжье», ООО «ТФ «Самара-Продукт», ООО «Сладкая жизнь Н.Н.», ООО Компания «Урал-Агро-Торг»;

- в сети собственных киосков, насчитывающей более 350 штук.

В соответствии с представленными материалами, заявленные товары 30 класса МКТУ «мороженое», маркированные заявленным комбинированным обозначением «



» представлены в таких регионах России, как: Республика Адыгея (Адыгея), Республика Алтай, Алтайский край, Амурская область, Архангельская область, Астраханская область, Республика Башкортостан, Белгородская область, Брянская область, Республика Бурятия, Владимирская область, Волгоградская область, Вологодская область, Воронежская область, Республика Дагестан, Еврейская автономная область, Забайкальский край, Ивановская область, Республика Ингушетия, Иркутская область, Кабардино-Балкарская Республика, Калининградская область, Республика Калмыкия, Калужская область, Камчатский край, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Карелия, Кемеровская область - Кузбасс,

Кировская область, Республика Коми, Костромская область, Краснодарский край, Красноярский край, Курганская область, Курская область, Ленинградская область, Липецкая область, Магаданская область, Республика Марий Эл, Республика Мордовия, Москва, Московская область, Мурманская область, Ненецкий автономный округ, Нижегородская область, Новгородская область, Новосибирская область, Омская область, Оренбургская область, Орловская область, Пензенская область, Пермский край, Приморский край, Псковская область, Ростовская область, Рязанская область, Самарская область, Санкт-Петербург, Саратовская область, Республика Саха (Якутия), Сахалинская область, Свердловская область, Республика Северная Осетия - Алания, Смоленская область, Ставропольский край, Тамбовская область, Республика Татарстан, Тверская область, Томская область, Тульская область, Республика Тыва, Тюменская область, Удмуртская Республика, Ульяновская область, Хабаровский край, Республика Хакасия, Ханты-Мансийский автономный округ - Югра, Херсонская область, Челябинская область, Чеченская Республика, Чувашская Республика - Чувашия, Чукотский автономный округ, Ямало-Ненецкий автономный округ, Ярославская область (Приложение [30]).

Кроме того, коллегией установлено, распространение заявленных товаров 30 класса МКТУ «мороженое» маркированных заявленным комбинированным



обозначением «
» осуществляется через федеральную сеть железных дорог на основании контрактов с поставщиками продуктов питания ОАО «Российские железные дороги» (Приложение [24-27]).

Согласно данным представленных Заявителем, объемы реализации и экспорта



товаров под заявленным обозначением
», начиная с 2018 года, в

количественном выражении составили более 40 000 тонн, а в финансовом - 10 000 000 000 рублей: 2018 г. реализовано 4 511 тонн на сумму 1 191 949 931 руб., 2019 г. реализовано 8 539 тонн на сумму 2 182 079 420 руб., 2020 г. реализовано 8 996 тонн на сумму 2 433 341 949, 2021 г. реализовано 7 764 тонн на сумму 2 410 747 131 руб., 2022 г. реализовано 5 228 тонн на сумму 1 822 208 776 руб., 2023 г. реализовано 6 3981 тонна на сумму 2 126 450 400 руб., 2024 год (до июля) реализовано 4 587 тонн на сумму 1 709 546 656 руб. (Приложение [10]).

Таким образом, проанализировав вышеуказанные материалы, коллегией установлено, что Заявителем широко используется заявленное комбинированное



обозначение «
» для маркировки большого объема товаров Заявителя, а именно товаров 30 класса МКТУ «мороженое» в течение длительного времени. При этом круг потребителей данных товаров очень широкий и не ограничивается определенной категорией лиц.

Вместе с тем, из представленных материалов дела следует, что Заявитель проводит большое количество рекламных кампаний продукции под заявленным



комбинированным обозначением «
».

В настоящее время продвижение мороженого под заявленным



комбинированным обозначением «
» осуществляется посредством прямой рекламы (ATL-способ) и непрямого маркетинга (BTL-способ), которые в

совокупности включают в себя все существующие на сегодняшний день виды рекламы, в том числе, ТВ-рекламу на федеральных телеканалах, рекламу в сети «Интернет», продвижение товаров силами торговых сетей (проведение акций и конкурсов с товарами, консультации потребителей с дегустациями товаров, включение рекламы товаров в собственную рекламу и (или) каталоги торговых сетей, бронирование специальных / привлекательных мест для товаров на полках магазинов), маркетинг в социальных сетях (SSM) (Приложение [24, 16, 7]).

Вместе с тем, в соответствии с представленными Заявителем данными, суммарные расходы, связанные с продвижением заявленного комбинированного



обозначения «
», начиная с 2016 года, составили более 800 000 000 рублей: 2017 г. 12 291 671 руб., 2018 г. 155 074 794 руб., 2019 г. 174 734 804 руб., 2020 г. 137 199 316 руб., 2021 г. 330 037 213 руб., 2022 г. 20 159 185 руб., 2023 г. 4 403 000 руб. (Приложение [15]).

Также, Заявителем осуществляется реклама на телевидении, в соответствии с приложенными договорами на продвижение заявленного комбинированного



обозначения «
», на таких телеканалах как: НТВ, Домашний, Первый канал, Петербург - 5 канал, REN-TV, Россия 1, Пятница (региональное размещение), Первый развлекательный СТС, ТВ-3 Россия, ТНТ, ТВ ЦЕНТР-Москва, НТК ЗВЕЗДА, МИР, МУЗ, Россия 24, Че, Единый Рекламный Канал, ТНТ4, Эра-ТВ, 78, РосБизнес-ТВ (РБК-ТВ), Москва 24, Матч ТВ, Москва Доверие, RU.TV/РУ.TV, Четвертый канал плюс, ТВ Центр-Москва, Женский Рекламный Канал, Мужской Рекламный Канал, Детский Рекламный Канал, охватывающая следующие города: Москва, Казань, Белгород, Липецк, Воронеж, Ярославль, Тамбов, Тула, Калуга, Курск, Рязань,

Екатеринбург, Волгоград, Волжский, Ростов-на-Дону, Архангельск, Владимир, Вологда, Псков, Череповец, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Самара, Тверь, Московская область, Иваново, Пермь, Пенза, Псков, Череповец, Вологда, (Приложение [23]).

Вместе с тем, как следует из представленных материалов, Заявителем осуществлялась наружная реклама заявленных товаров 30 класса МКТУ «мороженое» маркированных заявленным комбинированным обозначением «



», в соответствии с приложенными Актами об оказании услуг и взаиморасчетах, Договорами оказания рекламных услуг (Приложение [24, 31]).

Кроме того, реклама заявленного комбинированного обозначения «



» в отношении заявленных товаров 30 класса МКТУ «мороженое» осуществлялась по заказу Заявителя Креативным агентством Kemistry через стримеров и блогеров (Приложение [24]).

Также, расходы на продвижение заявленных товаров 30 класса МКТУ,



маркированных заявленным комбинированным обозначением « » согласно сведениям бухгалтерской отчетности за период с 01.01.2016 по 31.12.2023 составили: 2016 г. - 5072271 руб., 2017 г. - 4975695 руб., 2018 г. - 14537146 руб., 2019 г. - 7374858 руб., 2020 г. - 3833350 руб., 2021 г. - 29344426 руб., 2022 г. - 1976337 руб., 2023 г. - 5697314 руб. (Приложение [15]).

Проанализировав представленные Заявителем материалы, коллегия пришла к



выводу, что заявленное комбинированное обозначение «
 _____» приобрело широкую известность на испрашиваемую дату 01.01.2024, поскольку из совокупности представленных материалов формируется представление о широкой известности испрашиваемого в качестве общеизвестного товарного знака



комбинированного обозначения «
 _____» в отношении заявленных товаров 30 класса МКТУ «мороженое» на имя Заявителем.

Кроме того, коллегией установлено, что Заявитель регулярно получает награды в отношении реализуемой продукции, а именно заявленных товаров 30 класса МКТУ «мороженое» маркированных заявленным комбинированным обозначением «



», так Заявителем представлены следующие награды за период с 2016 года по 2022: всероссийский конкурс программы «Сто лучших товаров России» Дипломант 2016, всероссийский конкурс программы «Сто лучших товаров России» Лауреат 2019, всероссийский конкурс программы «Сто лучших товаров России» Почетный Диплом «Золотая сотня» 2018, всероссийский конкурс программы «Сто лучших товаров России» Лауреат 2018, всероссийский конкурс программы «Сто лучших товаров России» Лауреат 2020, всероссийский конкурс программы «Сто лучших товаров России» Почетный Диплом «Золотая сотня» 2021, всероссийский конкурс программы «Сто лучших товаров России» Лауреат 2022, всероссийский

конкурс программы «Сто лучших товаров России» приз «Вкус качества» за высокие достижения в области качества и безопасности продуктов питания 2018, Диплом за высокое качество 2021, Свидетельства Знак качества «Лучшее – детям» 2020, Свидетельства Знак качества «Лучшее – детям» 2021 (Приложение [17]).

Таким образом, коллегией установлено, что вышеуказанные материалы подтверждают известность заявленного комбинированного обозначения «



» в отношении заявленных товаров 30 класса МКТУ «мороженое» как товаров реализуемых Заявителем, и являются достаточными для вывода о



признании заявленного комбинированного обозначения «
» общеизвестным товарным знаком.


Кроме того, Заявителем осуществлялась благотворительная деятельность, а именно, Заявитель сотрудничал с Благотворительным Фондом Константина Хабенского (Приложение [22]).

Вышеуказанные материалы подтверждают ведение благотворительной деятельности на территории Российской Федерации, в связи с чем данные материалы свидетельствуют об известности заявленного комбинированного обозначения «




» в отношении заявленных товаров 30 класса МКТУ «мороженое» как товары реализуемые Заявителем, и являются достаточными для вывода о




признании заявленного обозначения «  » общеизвестным товарным знаком.

Резюмируя совокупность представленных документов и сведений об известности



заявленного комбинированного обозначения «  », 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 комбинированного обозначения «  » общеизвестным товарным знаком в отношении заявленных товаров 30 класса МКТУ «мороженое».

Коллегией проанализированы представленные Заявителем результаты социологического опроса, проведенного в период с 19 июня 2024 года по 29 июля 2024 года Научно-исследовательским институтом защиты интеллектуальной собственности (Приложение [12]) среди жителей Российской Федерации в возрасте 18 лет и старше - потребителей мороженого (30 класс МКТУ), методом исследования - интернет-опрос (2200 человек) охватывающим следующие города Российской Федерации (Москва (500 человек), Санкт-Петербург (500 человек), Ростов-на-Дону (125 человек), Красноярск (125 человек), Омск (125 человек), Екатеринбург (125 человек) и еще 700 человек были опрошены в 178 городских округах и муниципальных районах в более чем 50 регионах Российской Федерации (Абакан,

Камышин, Академгородок, Кемерово, Пермь, Алейск, Киров, Петрозаводск, Альметьевск, Комсомольск-на-Амуре, Подольск, Полевской, Ангарск, Кореновск, Апшеронск, Коркино, Псков, Армавир, Королёв, Пушкино, Артем, Пятигорск, Архангельск, Кострома, Котельнич, Рошаль, Асбест, Котовск, Рубцовск, Астрахань, Красноармейск, Рыбинск, Ачинск, Красновишерск, Рязань, Самара, Балаково, Краснодар, Саранск, Балашиха, Красноуральск, Сарапул, Барнаул, Красноуфимск, Саратов, Белгород, Кузнецк, Светогорск, Белебей, Куйбышев, Северодвинск, Белореченск, Курган, Сегежа, Бердск, Курск, Сергиев Посад, Бирск, Лабинск, Смоленск, Братск, Липецк, Собинка, Брянск, Лобня, Сочи, Бугульма, Лодейное Поле, Ставрополь, Бугуруслан, Лосино-Петровский, Старый Оскол, Бузулук, Магнитогорск, Стрежевой, Буйнакск, Майкоп, Сургут, Великий Новгород, Малгобек, Сызрань, Верхний Уфалей, Малмыж, Сыктывкар, Владивосток, Махачкала, Таганрог, Владикавказ, Медногорск, Талдом, Владимир, Миасс, Тамбов, Волгоград, Минеральные Воды, Тверь, Волгодонск, Минусинск, Тольятти, Волжский, Мурманск, Томск, Вологда, Муром, Туапсе, Воронеж, Мытищи, Тула, Воскресенск, Набережные Челны, Тюмень, Воткинск, Нальчик, Улан-Удэ, Вязьма, Наро-Фоминск, Ульяновск, Горно-Алтайск, Нефтекамск, Усолье-Сибирское, Грозный, Нижнекамск, Усть-Катав, Дербент, Нижний Новгород, Уфа, Дзержинск, Нижний Тагил, Фрязино, Димитровград, Новоалтайск, Хабаровск, Дмитров, Новороссийск, Ханты-Мансийск, Домодедово, Новосибирск, Хасавюрт, Егорьевск, Новотроицк, Хилок, Жуковский, Новочебоксарск, Чебоксары, Заволжье, Новый Уренгой, Челябинск, Зеленчукская, Ногинск, Череповец, Златоуст, Ноябрьск, Черногорск, Иваново, Обнинск, Чехов, Ивантеевка, Октябрьский, Чита, Ижевск, Орёл, Электросталь, Иркутск, Оренбург, Юрга, Йошкар-Ола, Орехово-Зуево, Ярославль, Казань, Осташков, Ярцево, Калининград, Калуга, Камень-на-Оби, Павловск, Павловский Посад, Пенза, Ясный)



относительно комбинированного обозначения «
», установлено следующее.

На основании результатов исследования установлено, что заявленное



обозначение «
» знакомо 78% респондентов на настоящее время и 57% респондентов на дату 14.06.2021.




Узнали о заявленном обозначении «
» 51% респондентов увидели товар с таким обозначением в магазине, 8% респондентов увидели в интернете, 5% респондентов узнали от родных/знакомых/друзей, 5% респондентов увидели в рекламе по телевизору, 3% респондентов увидели в рекламе на улице (на рекламной вывеске или на бумажном флаере), 2% респондентов увидели в рекламе а газете/журнале.

С товаром «мороженое» ассоциируют 94% респондентов на настоящее время и



95% на дату 14.06.2021 заявленное обозначение «
».




С заявленным обозначением «  » 16% респондентов познакомились в 2020-2021 годах, 16% респондентов познакомились 2022-2023 годах, 14% респондентов познакомились ранее 2016 года, 11% респондентов познакомились в 2024 году, 10% респондентов познакомились в 2018-2019 годах, 7% респондентов познакомились в 2016-2017 годах.

Компанию-производитель товаров под заявленным обозначением «



» 88% респондентов на настоящее время и 90% респондентов на дату 14.06.2021 указали компанию ООО «Вологодское мороженое».



Компанию-правообладатель заявленного обозначения «  » 87% респондентов на настоящее время и 90% респондентов на дату 14.06.2021 указали компанию ООО «Вологодское мороженое».

Имели опыт приобретения товаров, маркированных заявленным обозначением «



» 57% респондентов на настоящую дату и 49% респондентов на дату 01.01.2019 г.

Коллегией проанализированы представленные Заявителем результаты социологического опроса, проведенного в период с 19 июня 2024 года по 18 июля

2024 года Научно-исследовательским институтом защиты интеллектуальной собственности (Приложение [13]) среди жителей Российской Федерации в возрасте 18 лет и старше - потребителей мороженого (30 класс МКТУ), методом исследования - интернет-опрос (1500 человек) охватывающим следующие города Российской Федерации (Абакан, Комсомольск-на-Амуре, Псков, Академгородок, Кореновск, Пушкино, Алейск, Коркино, Пятигорск, Альметьевск, Королёв, Ростов-на-Дону, Ангарск, Кострома, Рошаль, Апшеронск, Котельнич, Рубцовск, Армавир, Котовск, Рыбинск, Артем, Красноармейск, Рязань, Архангельск, Красновишерск, Самара, Асбест, Краснодар, Санкт-Петербург, Астрахань, Красноуральск, Саранск, Ачинск, Красноуфимск, Сарапул, Балаково, Красноярск, Саратов, Балашиха, Кузнецк, Светогорск, Барнаул, Куйбышев, Северодвинск, Белгород, Курган, Сегежа, Белебей, Курск, Сергиев Посад, Белореченск, Кызыл, Смоленск, Бердск, Лабинск, Собинка, Березники, Липецк, Сочи, Бирск, Лобня, Ставрополь, Братск, Лодейное Поле, Старый Оскол, Брянск, Лосино-Петровский, Стерлитамак, Бугульма, Магнитогорск, Стрежевой, Бугуруслан, Майкоп, Ступино, Бузулук, Малгобек, Сургут, Буйнакск, Малмыж, Сызрань, Великий Новгород, Махачкала, Сыктывкар, Верхний Уфалей, Медногорск, Таганрог, Владивосток, Миасс, Тайшет, Владикавказ, Минеральные Воды, Талдом, Владимир, Минусинск, Тамбов, Волгоград, Москва, Тверь, Волгодонск, Мурманск, Тольятти, Волжский, Муром, Томск, Вологда, Мытищи, Троицк, Воронеж, Набережные Челны, Туапсе, Воскресенск, Нальчик, Туймазы, Воткинск, Наро-Фоминск, Тула, Выборг, Невинномысск, Тюмень, Вязьма, Невьянск, Улан-Удэ, Горно-Алтайск, Нефтекамск, Ульяновск, Грозный, Нижнекамск, Унеча, Дербент, Нижний Новгород, Усолье-Сибирское, Десногорск, Нижний Тагил, Уссурийск, Дзержинск, Новоалтайск, Усть-Катав, Димитровград, Новокузнецк, Уфа, Дмитров, Новороссийск, Фрязино, Домодедово, Новосибирск, Хабаровск, Егорьевск, Ново-Талицы, Ханты-Мансийск, Екатеринбург, Новотроицк, Хасавюрт, Елец, Новочебоксарск, Хилок, Жуковский, Новый Уренгой, Химки, Заволжье, Ногинск, Чебоксары, Зеленчукская, Норильск, Челябинск, Зима, Ноябрьск, Череповец, Златоуст, Обнинск, Черкесск, Иваново, Октябрьский, Черногорск, Ивантеевка, Омск, Чехов, Ижевск, Орёл, Чита, Иркутск, Оренбург, Чудово, Йошкар-Опа, Орехово-

Зуево, Шадринск, Казань, Осташков, Олектросталь, Калининград, Очёр, Элиста, Калуга, Павловск, Югорск, Камень-на-Оби, Павловский Посад, Камышин, Пенза, Ярославль, Карпинск, Пермь, Ярцево, Каспийск, Петрозаводск, Ясный, Югра, Кемерово, Калининград, Калуга, Камень-на-Оби, Павловск, Павловский Посад,



Пенза, Ясный) относительно комбинированного обозначения «
»,
установлено следующее.

На основании результатов исследования установлено, что динамика объема производства крупнейших производителей мороженого России (в тыс. тонн, год к году) составила: 2021 год - ГК «Айсберри» - 44, ГК «Ренна» - 50,4, Unilever (Инмарко) – 45, 2022 год - ГК «Айсберри» - 52,6, ГК «Ренна» - 46,7, Unilever (Инмарко) – 35,4, 2023 год - ГК «Айсберри» - 71,4, ГК «Ренна» - 55,2, Unilever (Инмарко) – 40,6.

Динамика индекса продаж мороженого «Пломбир Вологодский» и мороженого «Золотой стандарт» (в шт, коэффициент) составила: 2021 год – 0,01 «Пломбир Вологодский», 0,007 «Золотой стандарт», 2022 год - 0,01 «Пломбир Вологодский», 0,003 «Золотой стандарт», 2023 год – 0,01 «Пломбир Вологодский», 0,004 «Золотой стандарт».

Динамика доли брендов «Пломбир Вологодский» и «Золотой стандарт» (в %): 2021 год – 1,015 «Пломбир Вологодский», 0,6 «Золотой стандарт», 2022 год - 1,07 «Пломбир Вологодский», 0,34 «Золотой стандарт», 2023 год - 1,1 «Пломбир Вологодский», 0,46 «Золотой стандарт».

Порекомендовали бы мороженое под заявленным комбинированным



обозначением «
» своим родственникам/друзьям/знакомым 46% респондентов на 2024 год и 45% респондентов на 2021 год.

За последние два года покупали мороженое «Пломбир Вологодский» 54% респондентов на настоящее время и 48% респондентов на дату 14.06.2021.



Мороженое под заявленным комбинированным обозначением «
» 58% респондентов на настоящее время и 61% респондентов на дату 14.06.2021 отнесли к самым часто приобретаемым маркам мороженого.



Мороженое под заявленным комбинированным обозначением «
» на 2024 год 66% респондентов и на 2021 год 73% респондентов оценили как очень высокое качество.



Мороженое под заявленным комбинированным обозначением «
» по шкале от 1 до 5 респонденты в количестве 1500 человек на настоящее время оценили на 4,6.

Мнение потребителей о репутации мороженого под заявленным



комбинированным обозначением «
» оценили как высокую репутацию на рынке 38% респондентов на настоящее время и 42% респондентов на дату 14.06.2024, и как скорее положительную репутацию оценили 57% респондентов на настоящее время и 53% респондентов на дату 14.06.2024.

Суммируя вышесказанное, предоставленные Заявителем результаты проведенного социологического опроса позволяют прийти к выводу о том, что



заявленное комбинированное обозначение «
» соответствует статусу общеизвестного товарного знака.

Из представленных доказательств [1-35] коллегия пришла к выводу, что испрашиваемое в качестве общеизвестного товарного знака комбинированное



обозначение «
» в результате длительного и интенсивного использования стало на указанную в заявлении дату широко известно в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении реализуемых Заявителем товаров 30 класса МКТУ «мороженое».

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 30.10.2024, и признать



**комбинированное обозначение «
» общеизвестным товарным знаком на территории Российской Федерации с 01.01.2024 в отношении товаров 30 класса МКТУ «мороженое» на имя ООО «Вологодское мороженое».**

(731) Имя и адрес заявителя: ООО «Вологодское мороженое» 160021, г. Вологда, ул. Александра Клубова, д. 87 (RU)

(540) Воспроизведение знака



(511) Классы МКТУ: 30 - мороженое.

Дата, с которой товарный знак признан общеизвестным: 01.01.2024

Адрес для переписки с правообладателем: 111033, Волочаевская улица, 40Гс4, Москва, офис 1.07