

ДЕРЖАВНА СЛУЖБА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ УКРАЇНИ АПЕЛЯЦІЙНА ПАЛАТА

вул. Урицького, 45, м. Київ-35, МСП 03680, Україна

Тел.: (044) 494-06-65; Факс: (044) 494-06-63

Р І Ш Е Н Н Я

28 вересня 2012 р.

Колегія Апеляційної палати Державної служби інтелектуальної власності України, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Дмитришина В.С. від 17.08.2012 № 81 у складі головуєчого – Дмитришина В.С., членів колегії – Добриніної Г.П., Кулик О.С., Саламова О.В., Совгирі С.А., розглянула заяву компанії Тойота Джідося Кабусікі Кайся (Тойота Мотор Корпорейшн) про визнання знака «TOYOTA» добре відомим в Україні станом на 01.01.2008.

Розгляд заяви здійснювався на засіданні колегії Апеляційної палати 28.09.2012.

На засіданні присутній представник заявника – патентний повірений Огнев'юк Я.В.

Аргументація заявника:

Заявник – Тойота Джідося Кабусікі Кайся (Тойота Мотор Корпорейшн) просить визнати знак «TOYOTA» добре відомим в Україні щодо товарів 12 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг (далі – МКТП), а саме: *«автомобілі та деталі до них, що належать до 12 класу»* станом на 01.01.2008.

Тойота Джідося Кабусікі Кайся (Тойота Мотор Корпорейшн) - японська автомобільна компанія, що входить до складу фінансово-промислової групи «Тойота». Одна з найбільших автомобільних компаній в світі.

Японська автомобільна компанія була створена у 1933 році як відділення заводу «Toyota Automatic Loom Works», зайнятого виготовленням текстильних верстатів. Керівник заводу Киічиро Тойода став на шлях виробництва автомобілів (легкових і вантажних) за американським зразком.

У 1935 році був запущений у виробництво перший пасажирський автомобіль «Model A1» (згодом AA) та вантажний автомобіль «Model G1», які були марковані торговельною маркою «TOYOTA».

У 1936 році була здійснена перша експортна поставка. Чотири вантажних автомобілі «Model G1» були направлені до північного Китаю.

У 1937 році автомобільний департамент компанії «Toyota Automatic Loom Works» став окремою компанією. Новостворена компанія отримала назву «Toyota Motor Co., Ltd».

У 1961 році була випущена модель «Toyota Publica» – невеликий економічний автомобіль, який швидко став популярним.

У 1962 році компанія відсвяткувала випуск мільйонного автомобіля.

Активно розвивалася мережа дилерів «TOYOTA» за кордоном – в Північній Африці, Європі та Азії. Компанія досягла успіхів і на ринку США – модель «Corolla», яку почали експортувати в 1965, швидко отримала широке розповсюдження і стала самим популярним на закордонному ринку автомобілем.

У 1966 році «TOYOTA» випускає свій найбільш масовий автомобіль «Corolla», виробництво якого триває і до сьогодні.

Вже у 1972 році Заявником випущено 10-ти мільйонний автомобіль, у 1986 році – 50-ти мільйонний автомобіль, а у 1996 році – 90-то мільйонний автомобіль під знаком «TOYOTA».

Вперше Заявник почав продавати автомобілі в Європі за дистриб'юторськими угодами ще в 1963 році.

З 1990 року Заявник інвестував по всій Європі більше 6 млрд. євро і вже станом на початок 2008 року був роботодавцем для майже 80000 людей у виробничій сфері та сфері продажів. Діяльність Заявника в Європі підтримують 28 маркетингових і торгових компаній в 48 країнах, 3000 торгових підприємств і 8 виробничих заводів.

В Україну автомобілі марки «TOYOTA» були завезені у 1992 році Спільним українсько-японським підприємством «Автосаміт ЛТД». І вже наприкінці 90-х автомобілі Заявника займали лідируючі позиції серед продажів в Україні. Так, за рейтингом «Auto-Consalting», наприклад за 1999 рік, продаж автомобілів під торговельною маркою «TOYOTA» перевищив продаж таких відомих марок автомобілів як «VW», «Opel», «Peugeot», «Fiat», «Suzuki», «BMW», «Volvo», «Land Rover» та інших (додаток 3).

До заяви надані документи, які, на думку Заявника, свідчать про добру відомість в Україні знака «TOYOTA», а саме:

1. Зображення знака: **TOYOTA** (додаток 1);
2. Звіт про соціологічне дослідження № 85 від 04.02.2011 «Визначення рівня відомості знака «TOYOTA» в Україні» (додаток 2);
3. Роздруківки сторінок веб-сайту www.ukrauto.com.ua з інформацією про рейтинг щодо кількості проданих автомобілів у 1999 році (додаток 3);
4. Роздруківки сторінок веб-сайтів www.infocar.com.ua, www.aliksan.com, www.stateika.info з інформацією про історію торговельної марки «TOYOTA» (додаток 4);
5. Копія листа ЦБДР та АС ДАІ МВС України № 45/3599 від 19 серпня 2011 року, щодо кількості зареєстрованих автомобілів під торговельною маркою «TOYOTA» (додаток 5);

6. Роздруківка сторінок веб-сайту www.bagnet.org зі статтею «Самые дорогие торговые марки мира» (додаток 6);
7. Роздруківка сторінок веб-сайту www.wikipedia.org з інформацією про найдорожчі торговельні марки світу (додаток 7);
8. Роздруківка із офіційного веб-сайту Книги рекордів Гіннеса з інформацією щодо кількості реалізованих автомобілів під торговельною маркою «TOYOTA» (додаток 8);
9. Копія звіту «TOYOTA IN THE WORLD 2007» (додаток 9);
10. Роздруківка сторінок веб-сайту www.autoconsulting.com.ua з інформацією про офіційних дилерів компанії Тойота Джідося Кабусікі Кайся (Тойота Мотор Корпорейшн) (додаток 10);
11. Перелік веб-сайтів, що належать Заявнику або його офіційним дилерам, через які рекламуються та пропонуються до продажу автомобілі торговельної марки «TOYOTA» (додаток 11);
12. Роздруковки сторінок веб-сайтів автосалонів за адресами: www.toyota.ua, www.toyota.com.ua, www.toyota.kiev.ua, www.toyota.org.ua, www.toyota.crimea.ua, www.toyota.dn.ua, www.toyota.dp.ua, www.toyota.if.ua, www.toyota.kh.ua, www.toyota.kharkov.ua, www.toyota.ks.ua, www.toyota.lg.ua, www.toyota.lviv.ua, www.toyota.od.ua, www.toyota.odessa.ua, www.toyota.te.ua, www.toyota.zp.ua, www.toyota.vn.ua, www.toyota.uz.ua (додаток 12);
13. Роздруківка веб-сайту www.google.com.ua (додаток 13);
14. Копія довідки ТОВ «Мониторинг СМИ Украины» № 43 від 31 липня 2012 року (додаток 14);
15. Копії сторінок: журналу «За рулем»: №№ 11/95, 1/96, 2/96, 9/96, 10/96, 1/97, 8/97, 9/97, 12/97, 7/98, 2/98, 3/98, 9/98; журналу «АВТО панорама»: №№ 9/99, 11/99, 2/99, 4/99, 12/99; журналу «АВТОШОП»: №№ 2(32)/98, 6(36)/98, 7(37)/98, 5(35)/98; журналу «АВТО МИР»: №№ 50/2000, 1/2000, 16/2000, 31/2000, 35/2000, 16/2001, 48/2001, 49/2001, 36/2001, 20/2003, 22/2003, 31/2002, 21/2002, 25/2002, 47/2002, 49/2002, 34/2002, 35/2002, 40/2002, 46/2002, 52/2002, 17/2003, 15/2003, 24/2003, 14/2003, 3/2004, 4/2004, 13/2004, 15/2004, 18/2004, 23/2004, 26/2004, 28/2004, 36/2005, 38/2005, 40/2005, 42/2005, 46/2005, 47/2005, 50/2005, 2/2006, 38/2006, 41/2006, 42/2006, 43/2006, 4/2007, 9/2007, 15/2007, 16/2007, 19/2007, 36/2007, 44/2007, 45/2007, 46/2007, 47/2007, 50/2007 (додаток 15);
16. Роздруковки сторінок веб-сайтів: www.toyota.com.ua, www.autoshow.kiev.ua, www.avtokiev.net.ua, autoconsulting.com.ua, з інформацією про виставки за участю торговельної марки «TOYOTA» (додаток 16);
17. Роздруківка з інформацією про зареєстровані торговельні марки «TOYOTA» по всьому світу (додаток 17);
18. Роздруковки сторінок веб-сайту Державного підприємства «Український інститут промислової власності» з бібліографічними даними свідоцтв України на знаки для товарів і послуг №№ 4911, 20735, 24930, 29602, 30710, які належать Заявнику (додаток 18);

19. Роздруківка сторінки веб-сайту www.auto.obozrevatel.com зі статтею «Названы самые экологичные автомобили мира» (додаток 19);

20. Роздруківка сторінки веб-сайту www.auto.obozrevatel.com зі статтею «Рейтинг надежности автомобилей по версии ADAC» (додаток 20);

21. Роздруківки сторінок веб-сайтів www.google.com.ua та www.yandex.ua з заданим пошуковим запитом «оригинальные запчасти TOYOTA» (додаток 21);

22. Каталог супутніх товарів маркованих торговельною маркою «TOYOTA» (додаток 22);

23. Роздруківки сторінок веб-сайтів www.autocentre.ua, www.dizzyweb.cv.ua, www.auto.to4ka.biz, www.vkurse.ua, www.tereveni.org, www.rusnauka.com, www.toyota.com.ua, patent.km.ua, .lviwipcar.com.ua, all-auto.kiev.ua, www.lascaleasing.com, tabloid.pravda.com, autoconsulting.com.ua, www.autocentre.ua, www.udc.com.ua, www.ekipazh.ua (додаток 23);

24. Платіжне доручення № 3043 від 07.08.2012 про сплату збору за подання до Апеляційної палати заяви про визнання знака «TOYOTA» добре відомим в Україні (додаток 24);

25. Довіреність (додаток 25).

Відповідно до ст. 25 Закону України “Про охорону прав на знаки для товарів і послуг” (далі – Закон), охорона прав на добре відомий знак здійснюється згідно зі статтею 6 bis Паризької конвенції про охорону промислової власності та цим Законом.

При визначенні того, чи є знак добре відомим в Україні, можуть розглядатися, зокрема такі фактори, якщо вони є доречними:

- ступінь відомості чи визнання знака у відповідному секторі суспільства;
- тривалість, обсяг та географічний район будь-якого використання знака;
- тривалість, обсяг та географічний район будь-якого просування знака, включаючи рекламування чи оприлюднення та представлення на ярмарках чи виставках товарів та/або послуг, щодо яких знак застосовується;
- тривалість та географічний район будь-яких реєстрацій та/або заявок на реєстрацію знака за умови, що знак використовується чи є визнаним;
- свідчення успішного відстоювання прав на знак, зокрема територія, на якій знак визнано добре відомим компетентними органами;
- цінність, що асоціюється зі знаком.

Згідно ч. 2 ст. 25 Закону для встановлення того, чи є знак добре відомим в Україні, зазначені фактори не є вичерпними.

Відповідно до ст. 2 Спільних рекомендацій відносно положень про охорону добре відомих знаків, що прийняті Асамблеєю Всесвітньої організації інтелектуальної власності на тридцять четвертій сесії засідань Асамблей держав-членів ВОІВ 20-29 вересня 1999 року, при визначенні знака добре відомим мають бути взяті до уваги будь-які обставини, на підставі яких можна зробити висновок про те, що знак є добре відомим, в тому числі інформацію про фактори, що визначені Законом, хоча і не обмежуючись нею.

Колегія Апеляційної палати всебічно та повно дослідила документи, що були надані заявником як докази для підтвердження наявності факторів, що можуть впливати на визнання знака «TOYOTA» добре відомим в Україні та заслухала пояснення представника заявника.

Для визначення того, чи є знак «TOYOTA» добре відомим в Україні, колегією Апеляційної палати були розглянуті, зокрема, такі фактори:

1. Ступінь відомості та визнання знака у відповідному секторі суспільства

Коло споживачів продукції під торговельною маркою «TOYOTA» досить широке, оскільки, споживачем може стати будь-яка особа, яка досягла вісімнадцятирічного віку, має право керування автомобілем і спроможна придбати продукцію під знаком «TOYOTA».

Модельний ряд автомобілів «TOYOTA» різноманітний і призначений для різних категорій споживачів.

Багаторічна історія існування автомобілів під торговельною маркою «TOYOTA» вказує на те, що ці автомобілі користуються великою популярністю. Наприклад, в 2005 році автомобіль «Toyota Corolla», виробництва Заявника, потрапив до Книги Рекордів Гіннеса як перша модель автомобілю в світі, чисельність продажів якого сягнула 30 мільйонів одиниць (Додаток 8).

Станом на 2007 рік, по всьому світу вже працювало 52 компанії, які входили до структури Заявника та займалися виробництвом автомобілів «TOYOTA» та деталей до них, а також 170 офіційних дилерів, які займалися реалізацією автомобілів виробництва Заявника (Додаток 9).

Крім того, в багатьох країнах існують неофіційні дилери з продажу автомобілів «TOYOTA».

Станом на 2006 рік в Україні вже було зареєстровано шість офіційних автомобільних дилерів Заявника, які знаходилися в найбільших українських містах, таких як Київ, Одеса, Львів, Донецьк. Дніпропетровськ, Харків та Сімферополь (Додаток 10).

На підтвердження відомості знака серед споживачів Заявник надав звіт про соціологічне дослідження за яким опитано 3030 респондентів з таких міст: Київ, Донецьк, Харків, Дніпропетровськ, Луганськ, Запоріжжя, Одеса, Херсон, Миколаїв, Севастополь, Чернігів, Вінниця, Черкаси, Львів, Івано-Франківськ, Ужгород (Додаток 2).

За результатами проведеного соціологічного дослідження було виявлено, що знак «TOYOTA» відомий 88,4% респондентів, опитаних в ході дослідження. Для 9,1% респондентів знак «TOYOTA» виявився невідомим, 2,5% респондентів не змогли визначитися із відповіддю на вказане запитання.

Переважна більшість респондентів з числа тих, кому відомий знак «TOYOTA», добре обізнана з товарами, які реалізуються під цим знаком. Правильну відповідь на вказане запитання – «автомобілі та деталі до них» – дали 96,4 % опитаних, яким відомий знак «TOYOTA», або 85,2 % від загальної кількості опитаних.

Респонденти, яким відомий знак «ТОУОТА» добре поінформовані про те, хто є власником згаданого знаку та виробляє марковану ним продукцію. Правильну відповідь на вказане запитання дали 94,1 % опитаних, яким відомий знак «ТОУОТА».

На запитання «Коли ви вперше дізнались про знак «ТОУОТА» понад 87 % опитаних, яким відомий знак «ТОУОТА», вперше дізнались про цей знак до 1 січня 2008 року. За період з 1 січня 2008 року по теперішній час 6,7 % респондентів дізнались про знак «ТОУОТА».

Доказом того, що автомобілі марки «ТОУОТА» користуються великою популярністю у зв'язку з їх високою якістю та надійністю, є визнання автомобілів Заявника кращими у відповідних категоріях різноманітними професійними журналами та організаціями як в Україні так і у всьому світі.

Так, автомобіль «Toyota Corolla» у 2002 році було визнано самим надійним автомобілем за щорічним рейтингом надійності автомобілів «ADAC».

Автомобіль «Toyota Yaris» за результатами дослідження компанії «JD Power & Associates» у 2002 році було визнано як «Кращий компактний автомобіль» та «Кращий міський автомобіль».

Автомобіль «Toyota Avensis» у 2003 році клубом «ADAC» (Німеччина) було визнано як «Кращий автомобіль» та «Самий надійний автомобіль сегменту D»;

Автомобіль «Toyota RAV4» у 2005 році був відзначений щорічною професійною премією автомобільних журналістів «Позашляховик року» (Росія) у категорії «Кросовер середніх розмірів».

Автомобіль «Toyota Yaris» за рейтингом надійності автомобілів «TUV 2005» (Німеччина), переміг в категорії «Самий надійний автомобіль серед автомобілів строком експлуатації до 5 років».

Автомобіль «Toyota Camry» у 2006 році був відзначений статуеткою «Автомобіль року в Україні 2006»

Автомобіль «Toyota Land Cruiser VX100» у 2007 році був відзначений щорічною премією автомобільних журналістів «Позашляховик року», категорія «Повнорозмірний SUV».

За результатами дослідження документів, наданих Заявником на підтвердження відомості знака «ТОУОТА», колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що цей знак є відомим значній кількості споживачів України.

2. Тривалість, обсяг та географічний район будь-якого використання знака.

Знак «ТОУОТА» безперервно використовується компанією Тойота Джідося Кабусікі Кайся (Тойота Мотор Корпорейшн) на території України починаючи з 1992 року.

Знаком «ТОУОТА» маркуються всі автомобілі виробництва Заявника.

Згідно довідки, наданої Центром безпеки дорожнього руху та автоматизованих систем МВС України у період з 24.09.1991 по 01.01.2008 на території України було зареєстровано 166350 автомобілів марки «ТОУОТА» (Додаток 5).

Крім того, переважна більшість деталей, з яких складаються автомобілі марки «ТОУОТА» виготовляються безпосередньо Заявником на основі його технологій та маркуються знаком «ТОУОТА».

При виникненні будь-яких несправностей автомобілів «ТОУОТА», їхні власники мають змогу звернутись до представників компанії Заявника в будь-якій країні світу та придбати оригінальні деталі для цих автомобілів. Також, в газетах, журналах, на телебаченні, в мережі Інтернет та інших засобах масової інформації міститься багато посилань на магазини, станції технічного обслуговування та інші місця, де можна придбати оригінальні деталі для автомобілів марки «ТОУОТА».

Станом на 01.01.2008 по всій території України налічувалось 100 офіційних та неофіційних автосалонів, де пропонувались до продажу та продавались автомобілі під знаком «ТОУОТА», це зокрема такі: «Тойота Центр Київ «ВіДі Автострада», «Рік авто» (м. Львів), «NEXT CAR» (м. Київ), «Тойота Центр Київ «Автосамит на Столичном», «Тойота Центр Київ «Автосамит», «АВТОФЕСТ» (м. Київ), «Тойота Центр Харків «Автоарт», «Карат Мотор» (м. Ужгород), «ВІДІ Пальміра» (м. Одеса), «Тойота Центр Запоріжжя «Схід Авто», «НОВІ АВТО НИЗЬКІ ЦІНИ» (м. Київ), «AvtoHome», «Автосолон Круті Тачки» (м. Київ), «Автопорт Київ», «Автоком» (м. Харків), «Protect» (м. Дніпропетровськ), «Фокстрот-АВТО» (м. Київ), «АВТОКОМ» (м. Київ), «Тойота Центр Дніпропетровськ «Алмаз Авто», «Авто Сити» (м. Одеса), «Японські автомобілі» (м. Київ), «Стиль-Авто» (м. Одеса), «ЕВРОМОТОРС», «АВТОПРАЙД» (м. Київ), «Turbo-motors» (м. Одеса), «Тойота Центр Львов «Діамант», «Автоімперія» (м. Луганськ), «AUTARENA», «AvtoChange» (м. Севастополь), «777» (м. Одеса), «Концепт авто Центр» (м. Харків), «USA-AUTO» (м. Київ), «Автостиль» (м. Харків), «АртСіті Тойота Центр Херсон», Авто-«Плаза», «AWD-АВТО» (м. Дніпропетровськ), «Авто-Альянс Одеса», «Platinum AVTO» (м. Київ), «АвтоБум» (м. Київ), «Столиця-Авто», «Car Plaza» (м. Київ), «Premium Auto2» (м. Київ), «ALPINA» (м. Одеса), «V.I.P. Авто» (м. Харків), «AUTO LIFE» (м. Одеса), «CEDRIC AUTO» (м. Київ), «Автоінвест Плюс» (м. Київ), «Тойота Центр» (м. Луганськ), «Луганськ Автовинд», «АВТО-ФЛЕШ» (м. Київ), «Галактика» (м. Харків), «Преміум Моторс» (м. Вінниця), «Avto Land» (м. Київ), «Омега Моторс» (м. Одеса), «Concept Car» (м. Львів), «Класік-Авто» (м. Івано-Франківськ), «Автоцентр Шогун» (м. Київ), «Артмотор» (м. Суми), «САПСАН» (м. Васильків), «Auto-Union» (м. Київ), «Grand 4x4» (м. Київ), «Автосалон Auto Dream» (м. Київ), «Автосаміт ЛТД» (м. Київ), «Агат АВТО» (м. Ровно), «АЛМАЗ Систем» (м. Кривий Ріг), «Інжпроект» (м. Одеса), «ВІС» (м. Одеса), «ТОУОТА» (м. Севастополь), «ГОРИНЬ» (м. Дніпропетровськ), «Мотор-Олві» (м. Кіровоград), «Тойота-Україна» (м. Київ), «Олімп-Моторс» (м. Чернівці), «Про Лайн» (м. Кременчук), «Омега Моторс» (м. Севастополь), «Автоконцепт» (м. Луганськ), «Ужгород «Карат Мотор», «Тойота Центр Хмельницький «Гранд Мотор».

Більшість згаданих автосалонів розміщують вивіску із зображенням знака «ТОУОТА» як в приміщеннях так і поза ними.

Торговельна марка «TOYOTA» також широко використовується в мережі Інтернет.

Станом на початок 2008 року, в зоні доменних імен «UA» налічувалося більше 19-ти доменних імен, які включали в свою назву позначення «TOYOTA». Ці доменні імена закріплені за сайтами, на яких пропонуються до продажу та продаються автомобілі марки «TOYOTA». До таких адрес в мережі Інтернет відносяться: www.toyota.ua, www.toyota.com.ua, www.toyota.kiev.ua, www.toyota.org.ua, www.toyota.crimea.ua, www.toyota.dn.ua, www.toyota.dp.ua, www.toyota.if.ua, www.toyota.kh.ua, www.toyota.kharkov.ua, www.toyota.ks.ua, www.toyota.lg.ua, www.toyota.lviv.ua, www.toyota.od.ua, www.toyota.odessa.ua, www.toyota.tc.ua, www.toyota.zp.ua, www.toyota.vn.ua, www.toyota.uz.ua (додаток 12).

У свою чергу, по всьому світу, станом на початок 2008 року вже було зареєстровано 196 доменних імен, які включали в свою назву позначення «TOYOTA», і на сайтах, які за ними зареєстровані, пропонувалися до продажу автомобілі Заявника.

Крім того, на підтвердження використання знака «TOYOTA» в мережі Інтернет заявник надав роздруківки сторінок пошукових веб-сайтів «Google» та «Yandex» з заданим пошуковим запитом з такими параметрами: «авто Toyota», «сайти з України», «01.01.1992 - 01.01.2008». В результаті цього пошуку, сайт «Yandex» знайшов приблизно 300000 сайтів з України, а пошуковий сайт «GOOGLE» знайшов приблизно 121 000 сайтів на яких пропонуються та/або рекламуються та/або згадуються автомобілі марки «TOYOTA».

За результатами дослідження матеріалів справи колегія Апеляційної палати встановила, що надані заявником документи свідчать про тривале та інтенсивне використання знака «TOYOTA» в Україні.

3. Тривалість, обсяг та географічний район будь-якого просування знака, включаючи рекламування чи оприлюднення та представлення на ярмарках чи виставках товарів, щодо яких знак застосовується.

Просування автомобілів під знаком «TOYOTA» здійснювалось різноманітними способами, зокрема: представленням нових моделей на кращих автомобільних виставках, рекламуванням в журналах (різноманітних друкованих виданнях), на білбордах, на телебаченні, на радіо, промо-акціях, шляхом особистого споглядання, тощо. Ці заходи щодо просування знаку «TOYOTA» здійснювались Заявником по всьому світу з моменту виходу першого автомобіля «TOYOTA».

Згідно наданих Заявником копій журналів, відомість знака «TOYOTA» доводилась до широких верств населення через друковані засоби масової інформації, зокрема такі автомобільні журнали: «За рулем», «Автошоп», «АВТОМИР», «Автопанорама», «АВТОmagazine» (додаток 15).

Відповідно до довідки ТОВ «Моніторинг телебачення України» (додаток 14) товари: «автомобілі та деталі до них, що належать до 12 класу МКТП», марковані торговельною маркою «TOYOTA», рекламувались різними засобами та згадувались на/в:

- телебаченні - 194 318 разів;
- радіо - 107 295 разів;
- друкованих ЗМІ - 7 912 разів;
- зовнішній рекламі - 1381 раз.

Відповідно до проведеного дослідження (додаток 2), основним джерелом отримання інформації про знак «TOYOTA» для мешканців великих міст України до 01 січня 2008 року були друковані засоби масової інформації. Це джерело інформації назвали 78,3 % респондентів з числа тих, кому вказаний знак був відомий. Іншими джерелами інформування респондентів стало телебачення - 47,6%, особисте споглядання товарів - 27,4% та Інтернет - 23,1%.

Кожен рік, ще від початку виготовлення першого автомобіля Заявника, в усьому світі, а в Україні - з початку ввезення в Україну автомобілів «TOYOTA» офіційними дилерами (1992 рік), здійснювалася презентація нових та покращених автомобілів на міжнародних та національних автомобільних виставках. До таких виставок можна віднести: «SIA», «Автоплаза», «Столичное авто шоу», «Одеса Авто Шоу», «KYIV AUTOMOTIVE SHOW», «АвтоТех Бус» та багато інших (додаток 16).

Крім того, з метою просування власного знака Заявник також реалізує супутні товари, марковані знаком «TOYOTA». Такими супутніми товарами зокрема є: годинники, кепки, футболки, куртки, ліхтарики, ручки, ножі, парасольки, валізи, гаманці, футляри для дисків та багато інших товарів (додаток 22).

У зв'язку із специфікою продукції, що виготовляється та реалізовується Заявником під торговельною маркою «TOYOTA», з цією продукцією може ознайомитись велика кількість осіб (потенційних споживачів) шляхом так званого "особистого споглядання". Оскільки велика кількість автомобілів, маркованих знаком «TOYOTA», зустрічається як на дорогах України так і світу, це вже є значною рекламою автомобілів цієї торговельної марки та значно впливає на обізнаність споживачів про продукцію Заявника.

За результатами дослідження зазначених документів колегія Апеляційної палати констатує, що надані відомості свідчать про активне та тривале просування товарів, які марковані знаком «TOYOTA».

4. Тривалість та географічний район будь-яких реєстрацій та/або заявок на реєстрацію знака.

На підтвердження реєстрацій позначення «TOYOTA» у якості знака для товарів і послуг Заявник надав інформацію у вигляді таблиці (додаток 17).

Відомості, наведені у таблиці, свідчать про те, що торговельна марка «TOYOTA» до 01.01.2008 була зареєстрована у таких країнах, як: Україна, Австралія, Австрія, Країни Бенілюксу, Бразилія, Канада, Чилі, Китай, Колумбія, Хорватія, Чеська Республіка, Франція, Німеччина, Індія, Індонезія, Ірландія, Ізраїль, Італія, Японія, Корея, Малайзія, Мексика, Монако, Нова Зеландія, Португалія, Росія, Сінгапур, Південна Африка, Іспанія, Швейцарія, Тайвань, Таїланд, Туреччина, Великобританія та інших.

Зокрема, в Україні на ім'я Заявника зареєстровані наступні знаки для товарів і послуг (додаток 18):

- знак «TOYOTA D-4D» за свідоцтвом України № 30710 (12 клас МКТП);
- знак «TOYOTA» за свідоцтвом України № 4911 (7, 12 класи МКТП);
- знак «TOYOTA YARIS» за свідоцтвом України № 20735 (12 клас МКТП);
- знак «TOYOTA D-4» за свідоцтвом України № 24930 (12 клас МКТП);
- знак «TOYOTA RAV4» за свідоцтвом України № 28085 (12 клас МКТП);
- знак «TOYOTA SPORT» за свідоцтвом України № 29602 (12 клас МКТП).

На підставі наведених вище доказів, колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що заявник здійснює всі необхідні заходи для набуття правової охорони знака в Україні та за кордоном.

5. Вартість, що асоціюється зі знаком.

Згідно рейтингів світових бренд-консалтингових фірм та журналів, торговельна марка «TOYOTA» є однією з найдорожчих у світі. За версією міжнародної компанії "Інтербренд" торговельна марка «TOYOTA» в 2007 році посідала 6-те місце в світі, її вартість складала більше 32 млрд. доларів США. Джерелом даної інформації на території України є, зокрема, веб-сайт www.bagnet.org, який 21.09.2007 року оприлюднив зазначену інформацію (додаток 6).

За результатами дослідження документів та інших матеріалів справи колегія дійшла висновку, що надані заявником відомості свідчать про те, що знак «TOYOTA» має добру репутацію, яка постійно підтримується його власником Тойота Джідося Кабусікі Кайся (Тойота Мотор Корпорейшн), а також те, що вказаний знак є відомим значній кількості населення в Україні серед доречного кола споживачів продукції, маркованої цим знаком, а саме: автомобілів та деталей до них.

Колегія Апеляційної палати вважає, що матеріали, надані заявником, є достатніми та повністю доводять наявність факторів, що можуть впливати на визнання знака добре відомим в Україні відносно компанії Тойота Джідося Кабусікі Кайся (Тойота Мотор Корпорейшн) для товарів 12 класу МКТП: "автомобілі та деталі до них, що належать до 12 класу" станом на 1 січня 2008 року.

Керуючись Паризькою конвенцією про охорону промислової власності, Законом України "Про охорону прав на знаки для товарів і послуг", Регламентом Апеляційної палати Державної служби інтелектуальної власності України, Порядком визнання знака добре відомим в Україні Апеляційною палатою Державної служби інтелектуальної власності України, колегія Апеляційної палати

в и р і ш и л а:

визнати, що знак «ТОУОТА» став добре відомим в Україні відносно компанії Тойота Джідося Кабусікі Кайся (Тойота Мотор Корпорейшн) для товарів 12 класу МКТП: «автомобілі та деталі до них, що належать до 12 класу» станом на 01.01.2008.

Рішення набирає чинності з дати його затвердження наказом Державної служби інтелектуальної власності України.

Головуючий колегії

В.С. Дмитришин

Члени колегії

Г.П. Добриніна

Ю.С. Кулик

О.В. Саламов

С.А. Совгиря