

ДЕРЖАВНА СЛУЖБА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ УКРАЇНИ
АПЕЛЯЦІЙНА ПАЛАТА

вул. Василя Липківського, 45, м. Київ-35, 03680, МСП, Україна,
Тел.: (044) 494 06 06 Факс: (044) 494 06 67

Р І Ш Е Н Н Я

18 серпня 2016 року

Колегія Апеляційної палати Державної служби інтелектуальної власності України, затверджена розпорядженням заступника голови Апеляційної палати Шатової І.О. від 18.04.2016 № 33 у складі головуючого – Шатової І.О. та членів колегії – Ткаченко Ю.В., Терехової Т.В., Горобець О.П., Салфетник Т.П., розглянула заяву Дочірнього підприємства «Кондитерська корпорація «Рошен» про визнання знака «ROSHEN» добре відомим в Україні.

Представник заявника – Ортинська М.Ю.

Зображення знака: **ROSHEN**

Аргументація заявника.

Заявник – Дочірнє підприємство «Кондитерська корпорація «Рошен» (Корпорація ROSHEN) просить визнати знак «ROSHEN» добре відомим в Україні станом на 01.01.2004 відносно товарів 30 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП): «кондитерські вироби; солодоші; шоколад; карамелі (цукерки); печиво; цукерки; шоколадні цукерки; льодяники (смоктунці); вафлі; бісквіт; торти; тістечка».

Заява ґрунтується на наступних доводах заявника.

Дочірнє підприємство «Кондитерська корпорація «Рошен», яке до 1998 року мало назву Дочірнє підприємство «Укрпромінвест-Кондитер», на сьогодні є одним з найбільших світових виробників кондитерських виробів.

До складу Корпорації ROSHEN входять Київська кондитерська фабрика «РОШЕН», Вінницька кондитерська фабрика та Кременчуцька кондитерська фабрика «РОШЕН», дві виробничі площадки Липецької кондитерської фабрики (Росія), Клайпедська кондитерська фабрика (Литва), Bonbonetti Choco Kft (Будапешт, Угорщина), а також масломолочний комбінат «Бершадьмолоко», який забезпечує фабрики корпорації натуральною високоякісною молочною сировиною.

Крім того, до складу Корпорації ROSHEN входила Маріупольська кондитерська фабрика, яка припинила виробничу діяльність з лютого 2014 року.

Усі кондитерські фабрики Корпорації ROSHEN сертифіковані відповідно до міжнародних стандартів якості ISO 9001:2008 та безпеки продуктів харчування ISO 22000:2005. Якість продукції заявника підтверджується висновками державної санітарно-епідеміологічної експертизи. Підприємства корпорації забезпечені обладнанням для моніторингу контролю якості продукції та відповідних досліджень. Експлуатація сучасного виробничого обладнання, чітке дотримання технології виробництва, використання виключно високоякісної сировини та матеріалів, що застосовуються при виробництві кондитерських виробів, є запорукою головних переваг продукції Корпорації ROSHEN.

Заявник є власником більше 90 свідоцтв України, 15 реєстрацій за національною процедурою в інших країнах та 40 міжнародних реєстрацій на словесні та комбіновані знаки для товарів і послуг, що містять у своєму складі словесні елементи «ROSHEN» або «РОШЕН».

Корпорація ROSHEN випускає понад 320 видів солодошів таких, як шоколадні і желейні цукерки, карамель, шоколад, печиво, вафлі, бісквітні рулети, торти. Завдяки великому обсягу виробництва та реалізації продукції, маркованої, зокрема, знаком «ROSHEN» та комбінованими знаками, що містять словесний елемент «ROSHEN», кондитерські вироби заявника були представлені в усіх регіонах України.

Продукція заявника, маркована, зокрема, знаком «ROSHEN», також експортується у більш ніж 30 країн світу.

Корпорація ROSHEN з 2000 року є учасником численних міжнародних та національних виставок і конкурсів, на яких заявник та його продукція одержували високі звання та нагороди.

Через активне просування кондитерських виробів під знаком «ROSHEN» вони стали дуже популярними серед споживачів і одними з лідерів у своєму сегменті ринку.

Фактичні дані, які підтверджують добру відомість знака «ROSHEN» стосовно товарів, щодо яких він використовується, на вказану в заяві дату, а також відомості, які підтверджують безперервність використання знака, представлені у наданих заявником документах:

1. Зображення знака «ROSHEN».
2. Копія витягу зі статуту Дочірнього підприємства «Кондитерська корпорація «Рошен».
3. Роздруківки з веб-сайту заявника <http://www.roshen.com/ua/> з інформацією про: діяльність Корпорації ROSHEN; офіційні представництва «ROSHEN» у світі; виробничі потужності заявника в Європейському Союзі; участь заявника у міжнародних та національних виставках та одержані ним нагороди; соціальні, культурні та освітні проекти заявника.
4. Роздруківки з веб-сайтів мережі Інтернет <https://uk.wikipedia.org/>, <http://www.myvin.com.ua/ua/news/>, <http://www.epochtimos.com.ua/>, <http://www.roshenkids.com.ua/index.php/ua/> з інформацією використання знака

«ROSHEN» на спорудах (дитячий освітньо-розважальний центр, дитячі ігрові майданчики, фонтан).

5. Копія плану «Ознакомительно-развлекательный центр «ROSHEN» (BRC Imagination Arts, 2012).

6. Копії авторських договорів художнього замовлення на створення етикеток продукції, маркованої знаком «ROSHEN», за 2004–2009 роки.

7. Копії сертифікатів відповідності продукції заявника під знаком «ROSHEN» вимогам стандартів ISO 9001:2008, ISO 22000:2005 та договорів на виконання робіт із сертифікації.

8. Копія листа Асоціації «ДжіЕс1 Україна» стосовно присвоєння ідентифікаційних номерів у Системі GS1 продукції під знаком «ROSHEN», за період з 2004 по 2007 роки.

9. Довідка заявника від 17.03.2016 № 108/03 стосовно обсягів реалізації продукції, маркованої знаком «ROSHEN», в Україні за 2003–2012 роки.

10. Довідка заявника від 17.03.2016 № 109/03 стосовно обсягів експорту продукції, маркованої знаком «ROSHEN», за 2003–2007 роки.

11. Копія витягу з Реєстру висновків державної санітарно-епідеміологічної експертизи щодо висновків на харчову продукцію, яка маркується знаками «Рошен», «Roshen», що включені до реєстру у 2011–2015 роках.

12. Копія звіту «Аналитический отчет по тестированию упаковки методом фокусированного интервью», 1998 рік (SC DOM).

13. Копії звітів «Анализ продвижения торговых марок шоколада в плитках. ТВ 1999-2000»; «NORD». «Анализ проведенной кампании на ТВ»; «Изучение эффективности рекламной кампании марки «Норд» (TNS Ukraine, 2002 рік).

14. Копії звітів «Проект «Покупатели»; «Проект «Эффективность рекламы торговой марки «ROSHEN» (Бюро Маркетинговых Технологий, 2002); «Книга брендов 2002»; «Тайны царского двора», 2003 рік (Bates Ukraine); «Обзор рынка кондитерских изделий Украины», 2004; «Паспорт рынка кондитерских изделий Украины», 2006; «Анализ рынка мучных кондитерских изделий», 2011; «Анализ рынка сахаристых кондитерских изделий», 2011 (Pro Consulting).

15. Копії звітів «Штучная стратегия», 2003 рік (Bates Ukraine); «Разработка дизайн-макета постера для шоколадных конфет «ТРИЮФЕЛЬ», 2005 рік (KAFFEINE communicatios); «Стратегия продвижения продуктов ТМ «Roshen», 2003-2004 роки (Adversus Advertising Agency); «PR идеи для Premium сегмента ROSHEN», 2004 рік (EURO RSCG Kiev); «Production booklet «Margarita», 2002 рік; «Production booklet «Chocolate cake», 2003 рік (Bates Ukraine); «Зодиак. Предложение по проведению рекламной кампании, январь-апрель 1999» (Рекламне агентство «Десятка»).

16. Копія дослідження ТОВ Mindshare на знання кондитерських виробів, маркованих знаком «ROSHEN», 2005-2015 роки.

17. Копія звіту «Изучение приверженности потребителей к ТМ «Roshen» и ТМ «Корона» для определения возможности переключения потребителей с ТМ «Корона» на ТМ «Roshen», 2010 (TNS Ukraine).

18. Копія звітів «Оценка здоровья ТМ Roshen и выявление возможности для ее последующего развития», 2006 рік (Следопыт); «Оценка потребителями полезности продукции производителей продуктов питания в Украине», 2010 рік (iVOX Ukraine).

19. Копії звітів «Мониторинг-СМИ 2000»; «Мониторинг-СМИ 2001»; «Мониторинг-СМИ 2003»; «Обзор медиа-активности основных компаний кондитерского рынка Украины 2009» (ИА «Контекст Медиа»).

20. Копія звіту «Тестирование рекламных роликов Roshen и оценка необходимости их коррекции, последующего использования в коммуникации», 2008 рік (Следопыт).

21. Копії звітів заявника «Сводный отчет по товарным отчетам» за 2001 рік; «Ежедневная сводная ведомость по выработке и отгрузке продукции» за 2001 рік; «Экспорт из Украины кондитерских изделий сахаристых» за 1999-2001 роки; «Производство кондитерских изделий фабриками по товарным группам за 1997-1999 гг.».

22. Роздруківка з веб-сайту мережі Інтернет <http://www.choice-of-the-year.com.ua/> з інформацією про участь заявника з продукцією, маркованою знаком «ROSHEN», у конкурсі «Вибір року 2002» та перемогу в номінації «Карамель року».

23. Копії дипломів заявника за перемогу у номінаціях «Карамель року», «Шоколадно-вафельний торт року» (Фестиваль-конкурс «Вибір року 2003»).

24. Копія почесної грамоти Київського міського голови «За вагомий внесок у реформування національної економіки, розвиток підприємництва і формування ринкової структури України», 2009 рік.

25. Копія диплому, виданого заявнику, як переможцю в номінації «Глас народа. Любимый бренд украинцев, 2010» (X-Ray Marketing Awards).

26. Матеріали стосовно участі заявника з продукцією, маркованою знаком «ROSHEN», у міжнародних виставках за 2011- 2016 роки («Sweets and Snacks», «Sweets and Snacks Middle East», «SIAL», «HOFEX», «Gulfood», «Baghdad International Fair 42», «Salon du Chocolat»).

27. Роздруківка з веб-сайту мережі Інтернет <http://www.brutto.com.ua> з інформацією щодо Національної премії B2B серед виробників «Made-in-Ukraine: Кращий виробник в Україні», 2010 рік.

28. Роздруківка з веб-сайту мережі Інтернет <http://www.prodolimp.com.ua> з інформацією про премію «Український продовольчий олімп 2012».

29. Копії англійсько-російського буклету «ROSHEN. The sweet mark of quality» за 2003 рік; каталогу «Кондитерские изделия. Сладкий знак качества» за 2007 рік; англійсько-українського каталогу «ROSHEN. The sweet mark of quality» за 2010 рік; англійсько-російського каталогу «ROSHEN International Confectionary Corporation 2012»; витягів з каталогів «ROSHEN» за 2008, 2009, 2011, 2012, 2014, 2015 роки.

30. Копія довідників «Фирменный стиль. ROSNEN Солодкий знак якості», 2003; «Элементы фирменного стиля в области наружной рекламы», 2004 (Следопыт).

31. Копія довідника «Торговое оборудование, POS материалы, планограммы выкладки Корпоративных блоков продукции в торговых точках» (Корпорація ROSNEN, 2007).

32. Фото продукції заявника, маркованої знаком «ROSHEN».

33. Фото вітрин фірмових магазинів «ROSNEN».

34. Зразки внутрішньої реклами продукції, маркованої знаком «ROSHEN».

35. Копії фото-звітів по розміщенню зовнішньої реклами продукції, маркованої знаком «ROSHEN», у 2003 - 2004 роках у містах України.

36. Рекламні відеоролики про продукцію заявника, марковану знаком «ROSHEN».

37. Сюжети з випусків новин на українських телеканалах про участь заявника у виставках з продукцією, маркованою знаком «ROSHEN».

38. Копії ефірних довідок Приватного акціонерного підприємства «Міжнародний медіа центр - СТБ», агентства «MindShare», що підтверджують вихід в ефір рекламних роликів про продукцію заявника, марковану знаком «ROSHEN»; документів, що підтверджують витрати на рекламу заявника за 2003-2010 роки;

39. Копії публікацій в друкованих ЗМІ з 2001 по 2014 рік про виробничу та суспільну діяльність заявника та його продукцію, марковану знаком «ROSHEN».

40. Роздруківка з веб-сайту мережі Інтернет <http://pop-stat.mashke.org/> з інформацією про чисельність населення України на 1 січня 2003 року.

41. Інформація, отримана за допомогою сервісу Google Analytics, про відвідування сайту заявника.

42. Копії договорів, укладених заявником, про надання рекламних, маркетингових послуг за 2001-2005 роки; договорів про просування продукції під знаком «ROSHEN» через торговельну мережу України за 2003-2005 роки.

43. Роздруківки з веб-сайту заявника <http://www.roshen.com/ua/> з інформацією про рейтинг «Споживчі переваги України - 2003», «ТОП – 100» (2001 – 2002 рр.), з веб-сайту <http://ua.korrespondent.net/business/> з інформацією про дослідження «Найбільш шановані компанії України–2010», з веб-сайту <http://old.mmr.ua/> з інформацією про опитування споживачів щодо національних та зарубіжних торговельних марок у 2013 році (Омнібус GfK Ukraine).

44. Витяги з рейтингів: Top-100 Candy Industry за 2010, 2013, 2014, 2015 роки (<http://www.candyindustry.com/>); Top-500 Deloitte за 2012, 2013, 2014 роки (<http://www2.deloitte.com/ua/>).

45. Роздруківки з веб-сайту <http://reputationcapital.org/> з інформацією про дослідження репутації компаній, які працюють в Україні (рейтинг «Reputation Capital» за 2008 – 2010 роки).

46. Довідка заявника від 30.03.2016 № 965 стосовно кількості співробітників Корпорації ROSHEN з 2000 по 2010 роки.

47. Копії сертифікатів про реєстрацію доменних імен www.roshen.com та www.roshen.ua.

48. Копія повідомлення від 08.10.2014 від ДФС України про внесення знака «ROSHEN» до митного реєстру.

49. Відомості стосовно реєстрацій знака «ROSHEN» в Україні та світі.

50. Бібліографічні дані патентів заявника на промислові зразки № 24340, № 24692.

11.08.2016 (вх. № 12864) заявником надано лист з додатковими роз'ясненнями, в яких він просить визнати знак «ROSHEN» добре відомим в Україні на ім'я Дочірнього підприємства «Кондитерська корпорація «Рошен» відносно товарів 30 класу МКТП: «кондитерські вироби, а саме: солодощі, шоколад, карамелі (цукерки), цукерки, шоколадні цукерки, льодяники (смоктунці); борошняні кондитерські вироби, а саме: печиво, вафлі; бісквіт; торти; тістечка» станом на 01.01.2004.

До листа додано:

1. Копії договорів заявника з Київською кондитерською фабрикою «РОШЕН», Вінницькою кондитерською фабрикою та Кременчуцькою кондитерською фабрикою «РОШЕН» за 2003-2005 роки на переробку сировини та матеріалів в кондитерські вироби.

2. Копія договору № 13 від 11.07.2003 між ПП «Дельфін» та ЗАТ «Київська кондитерська фабрика імені Карла Маркса» на виготовлення таблички, що містить позначення «ROSHEN».

3. Копія договорів № 85 від 01.08.2003, № 236 від 01.11.2003 між заявником та ЗАТ «Київська кондитерська фабрика імені Карла Маркса» щодо купівлі-продажу устаткування.

4. Копія контракту № 1E/USD від 19.08.2008 з компанією Ebert Folien на поставку пакувального матеріалу.

5. Довідка заявника від 08.08.2016 щодо функціонуючих українських фабрик, що входять до складу Корпорації «ROSHEN», та копія виписки, видана заявнику, про стан рахунку підприємств у цінних паперах станом на 29.01.2016.

6. Роздруківка з веб-сайту <http://www.roshen.com/ua/about/logistics/> мережі Інтернет з інформацією про логістичний центр «ROSHEN».

7. Перелік адрес торговельних точок у містах України, в яких представлена продукція, маркована знаком «ROSHEN».

8. Ефірна довідка Приватного акціонерного товариства «Міжнародний Медіа Центр - «СТБ» за 2003-2004 роки, що містить аналітичну інформацію щодо кількості переглядів рекламних роликів заявника глядачами телеканалу «СТБ», підготовлену за даними дослідницької компанії, яка здійснює електронні вимірювання телевізійної аудиторії в Україні.

9. Роздруківка з веб-сайту Державної служби статистики <http://www.ukrstat.gov.ua/> з інформацією про кількість населення України за 1990-2008 роки.

10. Роздруківки з веб-сайту <http://who.is/> мережі Інтернет з інформацією щодо доменних імен заявника: www.roshen.ua (дата реєстрації – 08.07.2002); www.roshen.com.ua (дата реєстрації – 30.05.2001); www.roshen.com (дата реєстрації – 13.04.2000); www.roshen.kiev.ua (дата реєстрації – 21.11.2001).

11. Копія сертифікату ТОВ «ЛЕКОС ОНЛАЙН» щодо реєстрації доменного імені www.roshen.ua.

Колегія Апеляційної палати всебічно та повно дослідила документи та інші матеріали, які були надані заявником як докази для підтвердження наявності факторів та обставин, на підставі яких можна зробити висновок про те, що знак «ROSHEN» є добре відомим в Україні, та заслухала пояснення представника заявника.

Під час дослідження, аналізу та оцінки доводів, обґрунтувань, доказів і пояснень колегія Апеляційної палати керувалася наступним.

Відповідно до статті 25 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (далі – Закон), охорона прав на добре відомий знак здійснюється згідно із 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.

Відповідно до статті 2 Спільної рекомендації відносно положень про охорону добре відомих знаків, прийнятої Асамблеєю Паризького союзу з охорони промислової власності та Генеральною Асамблеєю Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ) на тридцять четвертій сесії засідань Асамблей держав-членів ВОІВ 20-29 вересня 1999 року (далі – Рекомендація), 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. Зокрема, розглядається інформація про наявність факторів, встановлених пунктом 2 статті 25 Закону, які є доречними.

Для визначення того, чи є знак «ROSHEN» добре відомим в Україні станом на 01.01.2004, колегією Апеляційної палати були розглянуті та взяті до уваги, зокрема, такі фактори:

1. Ступінь відомості чи визнання знака у відповідному секторі суспільства

Ураховуючи положення параграфу 2 (а) статті 2 Рекомендації ВОІВ, фактичними та потенційними споживачами товарів під знаком «ROSHEN», на думку заявника, є населення України різного віку та різного статусу, а саме споживачі у віці від 5 до 64 років.

Знак «ROSHEN» має високий ступінь відомості та високий рівень визнання у суспільстві, що підтверджується наданими заявником дослідженнями, які проводилися різними методами у всіх регіонах України серед визначеного кола споживачів.

У 1998 році Маркетинговою групою «SC DOM» було проведено дослідження обізнаності споживачів з видами шоколадної продукції, їх смаками, вивчено критерії вибору та причини вживання шоколаду, місце, частоту і обсяг купівлі шоколаду, упаковка, що приваблює покупців, значення художнього оформлення. За результатами дослідження, зокрема, встановлено, що споживачі віддали перевагу вітчизняному шоколаду та відмітили шоколад Київської фабрики імені Карла Маркса та Вінницької кондитерської фабрики.

У рамках проекту MMI (Media Marketing Index), що проводився у 1999-2000 роках компанією ТОВ «Тейлор Нельсон Софрез Україна» (TNS Ukraine), було досліджено відомість продукції заявника, а саме шоколаду «Зодіак» та «Оленка», які містять на упаковці поряд із назвою шоколаду знак «ROSHEN». Відповідно до даних дослідження шоколад «Зодіак» знали 72,5% опитаних, а шоколад «Оленка» – 65,3% респондентів.

У січні-лютому 2002 року Бюро Маркетингових Технологій дослідило ефективність рекламної кампанії знака «ROSHEN», а саме поінформованість споживачів про знак, найбільш дієві канали комунікації та ставлення споживачів до цього знака. Результати дослідження показали, що більшості респондентів (61%) відомий знак «ROSHEN», а 17,6% від «необізнаних» про знак «ROSHEN» змогли проідентифікувати даний знак за слоганом. Найвідомішими кондитерськими виробами під знаком «ROSHEN» серед споживачів на той час стали: шоколад (56,3%), цукерки в коробках (53,6%), карамель (39,6%) і печиво (11,5%).

В березні 2002 року компанія «TNS Ukraine» провела дослідження відомості льодяників «NORD», що вироблялись заявником на той час та містили на упаковці поряд із назвою знак «ROSHEN». Загальний рівень знань льодяників «NORD» становив 63,9% опитуваних.

У 2003 році Інститутом Реформ за результатами опитування було складено загальноукраїнській рейтинг «Споживчі переваги України – 2003». За результатами рейтингу Корпорація ROSHEN стала переможцем у номінаціях

«Карамель України» та «Шоколадні цукерки України».

Влітку 2003 року рекламне агентство «Bates Ukraine» провело дослідження щодо відомості окремих видів цукерок заявника, на упаковці яких поряд з назвою міститься знак «ROSHEN». За результатами дослідження виявлено, що 88% опитуваних знають цукерки «Київ Вечірній» та «Пташине молоко», «Білочка з арахісом» – 74% опитуваних, «Стріла» – 68%, «Шедевр» – 45%, «Маргарита» – 40%, а «Монте-Крісто» – 27%.

Відповідно до аналітичного звіту «Оценка здоровья ТМ «ROSHEN» и выявление возможностей для ее последующего развития», підготовленого у 2006 році спеціалізованою бренд-консалтинговою компанією «Следопыт», серед споживачів даний знак асоціюється з високою якістю продукції, різноманітністю асортименту. За даними дослідження заявник в очах споживачів сприймався як лідер ринку кондитерських виробів України, а знак «ROSHEN» – як загальнонаціональна торговельна марка.

У 2010 році обізнаність споживачів щодо продукції, маркованої знаком «ROSHEN», досліджувалась компанією «TNS Ukraine». Зібрані показники підтверджують добру відомість знака: 99% опитаних знали про цей знак, а 94% з них куштували марковану ним продукцію. TNS також відмітила такі сильні сторони торговельної марки, як високий рівень знання марки; висока частота споживання, велика кількість відданих споживачів, якість продукції.

Міжнародна агенція маркетингових досліджень «iVOX Ukraine» у лютому 2010 року проводила методом онлайн-інтерв'ю дослідження «Оценка потребителями полезности продукции производителей продуктов питания в Украине», результати якого показали, що споживачі на всій території України обізнані з продукцією заявника.

На замовлення заявника рекламне агентство «Mindshare» проводило дослідження знань споживачів щодо продукції, маркованої знаком «ROSHEN», у період з 2005 по 2015 рік. За даними дослідження протягом усього досліджуваного періоду (10 років) рівень знань був стабільно високий – близько 70% опитуваних, що свідчить про те, що заявник зайняв місце лідера на ринку кондитерської продукції України і перебуває на цій позиції протягом десятків років, не втрачаючи прихильності споживачів.

Обізнаності споживачів щодо продукції заявника, маркованої знаком «ROSHEN», сприяло активне поширення відомостей про неї засобами масової інформації.

У 2000 – 2003 роках Всеукраїнське інформаційне агентство «Контекст Медіа» провело моніторинг друкованих центральних і регіональних ЗМІ та інтернет-ЗМІ. Агентством було досліджено 121 видання. Інформація про заявника та його продукцію була представлена в найпопулярніших виданнях країни, серед яких: «Дзеркало тижня», «Кореспондент» (тираж – 50 тис. примірників); «Київ Пост» (тираж – 50 тис. примірників); «Украинская инвестиционная газета» (станом на 2003 рік тираж – 27 тис. примірників); «Konditer prom»; «Закон і бізнес» (загальний тираж – близько 16 тис. примірників). Кожне з даних видань також має електронний ресурс у мережі

Інтернет, де споживачі можуть ознайомитись із цими статтями.

За результатами дослідження «Тестирование рекламных роликов «ROSHEN» и оценка необходимости их коррекции, последующего использования в коммуникации», проведеного у 2008 році спеціалізованою бренд-консалтинговою компанією «Следопыт», рекламу чорного шоколаду «ROSHEN» бачили 81,3% опитаних, шоколадних цукерок «Маргарита» – 70,3%, шоколадних цукерок «Монте Крісто» – 84,4%.

У жовтні 2009 року Всеукраїнським інформаційним агентством «Контекст Медіа» був проведений огляд медіа-активності основних компаній кондитерського ринку України. Було вивчено активність згадування кондитерських компаній у період з 1 по 31 жовтня 2009 року в ЗМІ, структурованих за різними критеріями: друковані, електронні; центральні, регіональні; газети, журнали, інформагентства, Інтернет; загально-політичні, ділові, спеціалізовані. Лідером присутності в ЗМІ виявилась Корпорація ROSHEN, про яку було 217 згадувань, що склало 42,8% від загальної кількості медіа-присутності найбільших виробників кондитерської продукції.

Згадування про заявника та продукцію під знаком «ROSHEN» відслідковувались та архівувались спеціальним відділом Корпорації ROSHEN, яким було зібрано 76 копій друкованих ЗМІ за 2001 – 2004 роки, де висвітлювалась діяльність корпорації.

Документи, надані заявником, свідчать про високий ступінь відомості та високий рівень визнання в суспільстві знака «ROSHEN» також й після дати, на яку заявник просить визнати свій знак добре відомим.

За результатами дослідження документів, наданих заявником на підтвердження відомості знака, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що знак «ROSHEN» на вказану в заяві дату 01.01.2004 мав широку відомість та отримав визнання у відповідному секторі суспільства. Надані документи та матеріали свідчать також про те, що популярність та високий рівень довіри споживачів до продукції під знаком «ROSHEN» підтримується заявником й надалі.

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

Знак «ROSHEN» використовується заявником на території України шляхом нанесення на вироблений товар, упаковку, в якій міститься такий товар, під час продажу та пропонування товару для продажу, зокрема, на чеках, цінниках, у оформленні вітрин магазинів, на супутніх товарах. Також знак використовується в діловій документації, в рекламі, у маркетингових акціях із стимулювання попиту та під час проведення інших PR заходів, крім того в мережі Інтернет, зокрема, у назвах доменних імен.

Продукція під знаком «ROSHEN» виробляється та реалізовується в Україні в значних обсягах.

Відповідно до звіту заявника «Производство кондитерских изделий фабриками по товарным группам за 1997 – 1999 годы» та інформації, що міститься в буклеті «ROSHEN. The sweet mark of quality», в 1997 році фабриками заявника вироблялось 39886 тон кондитерських виробів, у 1998 році – 71036 тон, у 1999 році – 122314 тон, у 2000 році – 162500 тон, у 2001 році – 169000 тон, у 2002 році – 176000 тон.

Річний оборот продажу кондитерських виробів у 2000 році склав 183,0 млн. дол., 2001 – 185,0 млн. дол., 2002 – 205,0 млн. дол., що підтверджує Зведений звіт Корпорації ROSHEN за 2000 – 2002 роки.

За даними дослідження «Обзор рынка кондитерских изделий Украины» консалтингової компанії України «Pro Consulting» за обсягами виробництва частка ринку кондитерських виробів заявника за 11 місяців 2003 року досягла 23 %, в 2005 році – 21,8 %, що було найбільш вагомою часткою на ринку кондитерських виробів України.

За даними досліджень «Анализ рынка мучных кондитерских изделий» та «Анализ рынка сахаристых кондитерских изделий», проведених компанією «Pro Consulting» в 2011 році, заявник за обсягами виробництва борошняних та цукристих виробів стабільно займає перше місце.

Обсяг реалізації продукції заявника, маркованих знаками «РОШЕН» та «ROSHEN», з 2003 по 2012 рік, згідно з довідкою Корпорації «РОШЕН» від 17.03.2016 № 108/03, постійно збільшується. Якщо у 2003 році реалізовано 112 180 734 кілограми кондитерських виробів, то у 2012 – 151 275 174 кілограми.

Продукція під знаком «ROSHEN» реалізується у продуктових магазинах та супермаркетах країни, на ринках, а також у фірмових магазинах заявника. Кондитерські вироби заявника представлені у таких відомих торговельних мережах, як «BILLA», «METRO», «NOVUS», «АТБ», «АШАН», «КАРАВАН», «Фора», «Сільпо», «Велика Кишеня», «Фуршет», «Еко-маркет», «Мега-Маркет» та інших, що підтверджується відповідними договорами поставки продукції з 2003 року.

Фірмові магазини «ROSHEN» знаходяться в таких містах України: у Києві – 27 магазинів, у Харкові – 6, у Львові – 3, у Вінниці – 3, у Броварах – 1, у Борисполі – 1. Перший фірмовий магазин у Києві був відкритий в 2009 році, у містах Харкові та Броварах – у 2014 році, Борисполі та Львові – у 2015 році. У 2013 році фірмовий магазин Корпорації ROSHEN відкрився в Будапешті (Угорщина), а в 2014 році – у Литві (www.roshen.ua).

Кондитерська продукція під знаком «ROSHEN» експортуються більш ніж у 30 країн світу: Сполучені Штати Америки, Канада, Об'єднані Арабські Емірати, Китайська Народна Республіка, Японія, Соціалістична Республіка В'єтнам, Алжирська Народна Демократична Республіка, Ізраїль, країни-члени Європейського Союзу, Російську Федерацію та інші.

У Республіці Польща кондитерські вироби під знаком «ROSHEN» реалізуються з 2001 року, в Сполучених Штатах Америки – з 1999 року, в Китайській Народній Республіці та Литовській Республіці – з 2006 року.

У кожній країні працюють офіційні дистриб'ютори, офіційні представництва Корпорації «ROSHEN» відкриті в Республіці Казахстан, Монголії, Китайській Народній Республіці, Південній Кореї, Японії, Киргизькій Республіці, Ісламській Республіці Афганістан, Республіці Таджикистан, Республіці Туркменістан, Республіці Ірак, Республіці Вірменія, Азербайджанській Республіці, Грузії, Ізраїлі, Йорданському Гашимітському Королівстві, Республіці Молдова, Республіці Білорусь, Республіці Польща, Чеській Республіці, Канаді, Сполучених Штатах Америки, Новій Зеландії (www.roshen.com/ru/in-the-world).

Відповідно до Звіту заявника «Експорт из Украины кондитерских изделий» та інформації, що міститься в буклеті «ROSHEN. The sweet mark of quality», експорт кондитерських виробів, маркованих знаками «РОШЕН» та «ROSHEN», у 2000 році склав 75 тис. тон, у 2001 – 69 тис. тон, у 2002 – 70 тис. тон. Обсяг експорту продукції заявника з 2003 по 2007 рік (по країнах) підтверджується довідкою Корпорації ROSHEN від 17.03.2016 № 109/03.

За результатом розгляду наведених документів колегія Апеляційної палати констатує, що знак «ROSHEN» протягом тривалого періоду активно використовується в Україні та світі.

З початку свого заснування у 1998 році Корпорація ROSHEN розвивалась швидкими темпами, з кожним роком нарощуючи обсяги виробництва продукції, що дозволило їй вже наприкінці 2003 року мати ¼ частку ринку кондитерських виробів України і за обсягами виробництва заявник і сьогодні займає лідируючі позиції на цьому ринку. Розвинена ефективна система збуту забезпечує значне за географічним охопленням поширення виробленої продукції під знаком «ROSHEN» і, як наслідок, відомість цього знака серед споживачів.

За результатом розгляду наданих заявником відомостей та доказів колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що вони підтверджують факт тривалого, безперервного та у значних обсягах використання знака «ROSHEN» в Україні та на території інших країн станом на 01.01.2004. До того ж, надані заявником документи свідчать про інтенсивне використання знака «ROSHEN» по сьогоднішній день.

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

Протягом усього часу використання знака «ROSHEN» на території України проводяться активні рекламні компанії з його просування. Рекламування продукції під цим знаком здійснювалось різними способами, зокрема: на телебаченні, на радіо, в друкованих засобах масової інформації, в мережі Інтернет, шляхом розміщення в зовнішній рекламі, під час організації різноманітних спортивних заходів та свят тощо.

Для просування продукції під знаком «ROSHEN» заявником самостійно та за допомогою маркетингових, бренд-консалтингових компаній розроблялись стратегії поширення, рекламування продукції, оцінювалась відомість, смислове наповнення, цінність знака та можливості його подальшого розвитку.

Заявник створив свій фірмовий стиль – це особливий слоган, що відображає як смакові, так і якісні переваги продукції: «ROSHEN» – солодкий знак якості» та корпоративні кольори – темно-синій та бронзовий.

Документація заявника (рахунки-фактури, товарно-транспортні накладні, листи, конверти, бланки, папки та ін.) виконується відповідно до вимог корпоративного стилю. Корпоративний фірмовий стиль застосований на блокнотах, календарях, щоденниках, чашках, ручках, настінних та настільних годинниках, пакетах, бренд-скотчах, цінниках, плакатах та інших супутніх товарах. Транспортні засоби, що переміщують продукцію Корпорації ROSHEN, виконані у фірмовому стилі заявника та містять зображення знака «ROSHEN».

Заявником розроблений зовнішній вигляд вітрин та стелажів для розміщення своєї продукції, виконаних у корпоративному стилі.

Для розроблення асортименту товарів, що будуть задовольняти попит споживачів, заявником досліджувалися їхні смаки та почуття, які виникають при споживанні солодощів, а також види упаковок, що приваблюють покупців.

В 1998 році Маркетинговою групою «SC DOM» було проведено дослідження обізнаності споживачів з видами шоколадної продукції, вивчено критерії вибору та роль упаковки при виборі кондитерських виробів, види упаковки, що приваблює покупців. За замовленням заявника розроблявся зовнішній вигляд кондитерської продукції, що підтверджується, наданими заявником договорами художнього замовлення за 2004 – 2009 роки.

Знак «ROSNEN» активно просувався шляхом розміщення його на білбордах в усіх регіонах України. Заявником надано фотозвіти щодо розміщення у 2003 – 2004 роках зовнішньої реклами «ROSHEN» в таких містах України: Київ, Дніпропетровськ, Донецьк, Харків, Львів, Одеса, Луганськ, Запоріжжя, Маріуполь, Вінниця, Кременчуг, Миколаїв, Кривий Ріг, Тернопіль, Чернігів, Сімферополь.

Відомості про заявника та продукцію, марковану знаком «ROSHEN», висвітлювались з 2001 року у таких друкованих засобах масової інформації: «Приазовский рабочий», «Маркетинг і реклама», «День», «Сегодня», «Деловая столица», «Галицькі контракти», «Теленеделя», «Крымская правда», «Комсомольская правда в Украине», «Днепр вечерний», «Вечерняя Одесса», «Правда Украины», «Вечірній Київ», «Бизнес», «Сільські вісті», «Спорт-ревью» та інших.

За результатами проведення в 2000 – 2003 роках Інформаційним агентством «Контекст Медіа» моніторингу друкованих центральних і регіональних ЗМІ та Інтернет-ЗМІ інформація про заявника та реклама кондитерських виробів, маркованих знаком «ROSHEN», була представлена в таких виданнях, як: «Дзеркало тижня», «Кореспондент», «Київ Пост»,

«Украинская инвестиционная газета», «Konditer prom», «Закон і бізнес», кожне з яких також має електронний ресурс у мережі Інтернет.

Заявником випускаються рекламні буклети, каталоги як для України, так і для країн-експорту продукції заявника, які містять інформацію про діяльність Корпорації ROSHEN та продукцію, марковану знаком «ROSHEN»: у 2004 році – англійсько-російський буклет «ROSHEN. The sweet mark of quality»; у 2007 році – каталог «Кондитерские изделия. Сладкий знак качества»; у 2008-2011 роках – англійсько-український каталог «ROSHEN. The sweet mark of quality»; у 2012 році – англійсько-російський каталог «ROSHEN International Confectionary Corporation», каталог «ROSHEN» китайською мовою; у 2014 році – каталоги «ROSHEN» польською та російською мовами, російсько-казахський каталог «ROSHEN»; англійські каталоги «ROSHEN» – у 2012, 2014, 2015 роках.

Рекламування кондитерських виробів заявника під знаком «ROSHEN» з 1999 року здійснювалось центральними і регіональними українськими телеканалами «УТ-1», «1+1», «Інтер», «СТБ», «Новий канал», «ICTV», «М1», «Україна», «Глас».

Заявником надано інформацію про обсяги, ефективність та витрати на рекламу окремих видів продукції з 1999 року.

На центральних телеканалах національного телебачення транслювалася низка рекламних відеороликів кондитерської продукції заявника під знаком «ROSHEN», зокрема, у 1999, 2001 роках – шоколада «Зодіак»; у 2002 році – льодяників «NORD»; у 2003 році – цукерок «Маргарита», «Монте Крісто», шоколадно-вафельного торта «Шоколадний замок»; у 2007 році – серія рекламних роликів екстрачорного шоколаду «ROSHEN»; у 2010 році – цукерок «Київ Вечірній».

Оскільки телебачення є найбільш потужним засобом масової інформації, зокрема, наведено фактичні показники електронного вимірювання телевізійної аудиторії українських телеканалів під час трансляції окремих рекламних роликів Корпорації ROSHEN.

Зазначена інформація підготовлена за даними компанії, яка на той час здійснювала досліджування телевізійної аудиторії в Україні. Так, середній рейтинг телевізійного рекламного ролика «Зодіак» у 1999 та у 2000 роках становив 10 пунктів, тобто в середньому 10% від загальної кількості людей, що належать до цільової групи, могли подивитись зазначений рекламний ролик. При цьому, загальний бюджет на рекламу шоколаду «Зодіак» тільки за січень-квітень 1999 року склав 500 тис. грн.

На підтвердження зазначених відомостей заявником надано копії звітів «Анализ продвижения торговых марок шоколада в плитках. ТВ 1999-2000»; «NORD. Анализ проведенной кампании на ТВ»; «Изучение эффективности рекламной кампании марки «Норд» (TNS Ukraine, 2002 рік).

У 2003-2009 роках транслювались рекламні ролики знака «ROSHEN», такі як «Україна – від краю до краю. Українці – від серця до серця. ROSHEN –

солодкий знак якості», «Від серця до серця. ROSHEN – солодкий знак якості», «ROSHEN – щоб світ був щасливим».

Транслявання телевізійних рекламних роликів Корпорації ROSHEN на українських телеканалах у період з 2003 до 2010 рік підтверджується ефірними довідками, а також копіями договорів з рекламними агентствами та іншими документами, що підтверджують витрати заявника на рекламу.

Заявник також здійснював просування знака «ROSHEN» у мережі Інтернет. Інформація про продукцію під знаком «ROSHEN» поширювалася серед споживачів за допомогою офіційного веб-сайту заявника, доменне ім'я якого включає в себе словесне позначення «ROSHEN»: www.roshen.com та www.roshen.ua. Інформація доступна українською, російською та англійською мовами. З сайту можна довідатись про контакти, діяльність заявника в Україні та світі, розташування фірмових магазинів, ознайомитись з продукцією (її упаковкою, складом).

Згідно з інформацією, наданою заявником, датами реєстрації доменних імен заявника є: www.roshen.com – 13.04.2000, www.roshen.com.ua – 30.05.2001, www.roshen.kiev.ua – 21.11.2001, www.roshen.ua – 08.07.2002.

Веб-сайт заявника функціонує й в інших доменних зонах, таких як .ru (національний домен верхнього рівня для Російської Федерації), .kz (національний домен верхнього рівня для Казахстану), .cn (національний домен верхнього рівня для Китайської Народної Республіки). Для польських споживачів доступний веб-сайт заявника <http://www.roshen-europe.com.pl/>.

Крім того, заявник має сторінки в таких популярних соціальних мережах, як Facebook (<https://www.facebook.com/Roshen-384457321642006/>) та Вконтакте (https://vk.com/roshen_ukr). Підписники мають можливість оперативно дізнаватись про новинки, акції, заходи, що організовуються заявником.

Інформація про кондитерську Корпорацію ROSHEN розміщена й на веб-сайті Вікіпедія, яка доступна українською, російською, китайською, шведською, сербською, польською, латвійською, грузинською, французькою, англійською, німецькою, болгарською мовами.

Крім цього, з 2000 року і до сьогодні продукція із застосуванням знака «ROSHEN» регулярно експонується заявником на ярмарках та виставках. Підтвердженням того, що знак «ROSHEN» займає лідируючі позиції на українському ринку кондитерських виробів та відомий споживачам, є численні нагороди та відзнаки, одержані заявником за свою діяльність та за продукцію під знаком «ROSHEN».

З 2000 року щорічно Корпорація ROSHEN брала участь у Міжнародній виставці кондитерських та бісквітних виробів ISM – International Sweets and Biscuits Fair Cologne (Німеччина), яка вважається найбільш престижною в своїй галузі.

За участь з продукцією, маркованою знаком «ROSHEN», у конкурсі «Вибір року 2002» заявник одержав перемогу в номінації «Карамель року», а за участь у фестивалі-конкурсі «Вибір року 2003» – перемогу у номінаціях «Карамель року», «Шоколадно-вафельний торт року».

Корпорація ROSHEN у 2004-2016 роках також брала участь у міжнародних виставках кондитерських виробів: «ALL CANDY EXPO» (США); «Sweets and Snacks», «HOFEX», «SIAL» (Китайська Народна Республіка); «Sweets and Snacks Middle East», «Gulfood» (ОАЕ); Salon du Chocolat (Швейцарія); «Baghdad International Fair 42» (Республіка Ірак).

Участь у виставках заявник підтверджує відповідними договорами, фото-матеріалами експозицій, договорами на поставку продукції для виставок.

З метою просування знака «ROSHEN» заявник організовує різноманітні публічні, культурні, освітні та соціальні заходи.

За результатами дослідження документів, наданих заявником, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що надані відомості свідчать про здійснення протягом тривалого часу значних заходів з рекламування та іншого просування знака «ROSHEN», завдяки чому на 01.01.2004 зазначений знак став добре відомим широкому колу споживачів.

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

На підтвердження факту реєстрацій знака заявник надав інформацію щодо реєстрацій знаків «ROSHEN» та інших знаків, що містять словесний елемент «ROSHEN», за національною та міжнародною процедурами.

Заявник є власником більше 90 свідоцтв України на знаки для товарів і послуг, серед яких:

знак **ROSHEN** за свідоцтвом № 13717 від 11.10.1999 (16, 29, 30, 35, 42 класи МКТП);



знак **Roshen** за свідоцтвом № 23964 від 15.03.2002 (16, 20, 29, 30, 31, 32, 33, 35, 39, 42 класи МКТП);



знак **ROSHEN** за свідоцтвом № 24747 від 15.04.2002 (16, 20, 29, 30, 31, 32, 33, 35, 39, 42 класи МКТП);



знак **NORD** за свідоцтвом № 32838 від 15.07.2003 (16, 30, 35, 42 класи МКТП);



знак **Солодкий знак якості** за свідоцтвом № 40985 від 15.04.2004 (29, 30, 35 класи МКТП);



знак **ROSHEN BISCUIT** за свідоцтвом № 53019 від 15.08.2005 (16, 20, 29, 30, 31, 32, 33, 35, 39, 42 класи МКТП);



знак за свідоцтвом № 58153 від 16.01.2006 (29, 30, 35 класи МКТП);



знак за свідоцтвом № 74478 від 10.04.2007 (30 клас МКТП);



знак за свідоцтвом № 77690 від 11.06.2007 (30 клас МКТП);



знак за свідоцтвом № 87718 від 11.02.2008 (30 клас МКТП);

знак **JELLY ROSHEN** за свідоцтвом № 116472 від 25.12.2009 (30 клас МКТП);



знак за свідоцтвом № 121362 від 12.04.2010 (30 клас МКТП);



знак за свідоцтвом № 139230 від 25.05.2011 (30 клас МКТП);



знак за свідоцтвом № 162199 від 10.10.2012 (30 клас МКТП);



знак за свідоцтвом № 174113 від 12.08.2013 (30 клас МКТП);



знак за свідоцтвом № 194786 від 25.12.2014 (30 клас МКТП);



знак за свідоцтвом № 203437 від 10.09.2015 (30 клас МКТП);



знак за свідоцтвом № 208689 від 10.02.2016 (30 клас МКТП).

Заявник є власником 15 національних реєстрацій знаків «ROSHEN» у таких країнах, як Російська Федерація (№ 251467, № 251468 від 15.07.2003, № 251768 від 17.07.2003, № 274202 від 27.08.2004), Республіка Казахстан (№ 17594 від 28.12.2004), Республіка Молдова (№ 12078 від 17.03.2005), Сполучені Штати Америки (№ 3838123 від 24.08.2010, № 4611970 від 30.09.2014), Естонія (№ 46547 від 28.07.2009), Саудівська Аравія (№ 1435014624), Об'єднані Арабські Емірати (№ 205917 від 02.10.2014), Афганістан (№ 15293 від 17.02.2014), Малайзія (№ 2014050018 від 02.01.2014), Тайвань (№ 01521269, № 01521270 від 01.06.2012).

Заявник є власником міжнародних реєстрацій знаків «ROSHEN» в Австрії, Австралії, Албанії, Республіці Вірменія, Боснії і Герцеговині, країнах Бенілюксу, Республіці Білорусь, В'єтнамі, Швейцарії, Республіці Кіпр, Німеччині, Єгипті, Іспанії, Фінляндії, Сполучених Штатах Америки, Сполученому Королівстві Великої Британії та Північної Ірландії, Греції, Ісламській Республіці Іран, Італії, Угорщині, Польщі, Російській Федерації, Киргизькій Республіці, Чорногорії, Хорватії, Монголії, Португалії, Румунії, Сербії, Сирії, Марокко, Республіці Таджикистан, Республіці Туркменістан, Азербайджанській Республіці, Туреччині, Республіці Узбекистан, Японії.

На підставі наведених доказів щодо здійснених реєстрацій знаків з позначенням «ROSHEN», включаючи його різні комбінації зі словесними і зображувальними елементами, колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що заявник здійснював та продовжує здійснювати всі необхідні заходи для набуття правової охорони цього знака в Україні та за її межами. Значна кількість національних реєстрацій та тривалий строк їх дії є також показником тривалого активного і добросовісного використання знака на території України.

5. Цінність, що асоціюється зі знаком

Висока цінність знака підтверджується наданими заявником дослідженнями, в яких споживачі констатують, що однією із найкращих серед кондитерських виробів, є продукція під знаком «ROSHEN».

Також, цінність знака, довіра споживачів і фахівців підтверджена численними нагородами на міжнародних та національних конкурсах та рейтингах за виготовлення якісної продукції під цим знаком.

За результатами рейтингу ТОП-100, що проводився «Українською інвестиційною газетою» при офіційному консультуванні аудиторської фірми Arthur Andersen у 2001 та у 2002 роках, заявник увійшов до 100 найкращих

підприємств України за фінансовими показниками 2000 року, а у 2002 році - зайняв місце лідера в кондитерській галузі.

У 2002 році у фестивалі-конкурсі «Вибір року» Корпорація ROSHEN здобула перемогу в номінації «Карамель року», а 2003 – одразу у двох номінаціях: «Карамель року» та «Шоколадно-вафельний торт року», де товаром-переможцем став шоколадно-вафельний торт «Шоколадний замок».

Той факт, що знак «ROSHEN» не втратив свою відомість на дату подання заяви про визнання знака добре відомим підтверджується, зокрема, наступними даними.

Корпорація ROSHEN займає високі позиції у Top-100 Candy Industry: 16-те місце в 2010 році, 18-те місце у 2013 році, 20-те місце у 2014 році, 22-ге - у 2015 році.

Компанія «Делойт», проаналізувавши фінансові показники найбільших компаній Центральної та Східної Європи, віддала заявнику такі місця у рейтингу Top-500 Deloitte: 236-те місце у 2012 році, 199-те місце у 2013 році, 207-е місце у 2014 році.

За результатами досліджень, проведених компанією Reputation Capital Ukraine, з 2008 по 2010 рік заявник визнавався найкращою компанією за рівнем репутації серед українців.

У 2009 році колектив Дочірнього підприємства «Кондитерська корпорація «Рошен» отримав почесну грамоту від Київського міського голови за вагомий внесок у реформування національної економіки, розвиток підприємства і формування ринкової структури України.

Заявник став переможцем Національної премії B2B серед виробників: «Made-in-Ukraine: Кращий виробник в Україні» у 2010 році в категорії «Кондитерські вироби».

У 2010 році за рівнем довіри вітчизняних споживачів заявник очолив рейтинг компаній «Найбільш шановані компанії України-2010». Дослідження проводилось компанією Reputation Capital Ukraine шляхом опитування 1000 респондентів у віці від 18 років.

У 2012 році заявник став Лауреатом премії «Український продовольчий Олімп» в номінації «Сучасні технології виробництва».

Надані заявником документи та матеріали свідчать про популярність і високий рівень довіри споживачів до продукції під знаком «ROSHEN» станом на 01.01.2004. Знак несе в собі значну цінність, пов'язану із доброю репутацією заявника, високою якістю його продукції та активною соціальною діяльністю.

Якість продукції, постійне удосконалення техніко-технологічної бази виробництва, динаміка розвитку заявника та його висока репутація, активна маркетингова та рекламна діяльність зробили цей знак одним із найбільш впізнаваних брендів кондитерської продукції на території України.

За результатами дослідження, аналізу та оцінки наданих заявником документів та матеріалів колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що доводи заявника є обґрунтованими, а документи та матеріали, які містяться

у справі, належними та достатніми доказами для визнання знака «ROSHEN» в якості добре відомого знака в Україні для товарів 30 класу МКТП: «кондитерські вироби; солодоші; шоколад; цукерки; шоколадні цукерки; карамелі (цукерки); льодяники (смоктунці); борошняні кондитерські вироби; печиво; вафлі; бісквіт; торти; тістечка» станом на 01.01.2004.

Надані заявником документи свідчать про інтенсивне використання та просування знака «ROSHEN» і по сьогоднішній день. Знак «ROSHEN» відомий широкому колу споживачів в Україні, має високу розрізняльну здатність, а добра репутація знака постійно підтримується його власником.

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 знак «ROSHEN» добре відомим в Україні відносно Дочірнього підприємства «Кондитерська корпорація «Рошен» щодо товарів 30 класу МКТП: «кондитерські вироби; солодоші; шоколад; цукерки; шоколадні цукерки; карамелі (цукерки); льодяники (смоктунці); борошняні кондитерські вироби; печиво; вафлі; бісквіт; торти; тістечка» станом на 01.01.2004.

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

Головуючий колегії

І.О.Шатова

Члени колегії

Ю.В.Ткаченко

Т.В.Терехова

О.П.Горобець

Т.П.Салфетник