

ДЕРЖАВНА СЛУЖБА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ УКРАЇНИ АПЕЛЯЦІЙНА ПАЛАТА

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

Тел.: (044) 494-06-06; Факс: (044) 494-06-67, 494-06-63

Р І Ш Е Н Н Я

20 червня 2012 року

Колегія Апеляційної палати Державної служби інтелектуальної власності України (далі – колегія Апеляційної палати), затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Дмитришиним В. С. від 18.05.2012 № 47, у складі головуючого Дмитришина В. С. та членів колегії Запорожець Л. Г., Каташевої А. О., Саламова О. В., Ресенчука В. М. розглянула заяву Откритого акціонерного общества "Пушкінський завод" (далі – заявник) про визнання комбінованого знака "LUXE" добре відомим в Україні.


Розгляд заяви здійснювався на засіданні колегії Апеляційної палати 20.06.2012.

На засіданні був присутній представник заявника - патентний повірений Кожарська І. Ю.



Зображення знака:

Аргументація заявника:


Заявник просить визнати знак  добре відомим в Україні для товарів: 1 класу МКТП: «антифризи, гальмові рідини, охолодники (охолоджувальні рідини) для двигунів транспортних засобів, рідини до гідравлічних систем, рідини трансмісійні»; 3 класу МКТП: «розчини для миття вітрового (переднього) скла»; 4 класу МКТП: «мастильні жири; мастильні матеріали; мастильні оливи, мастильно-охолоджувальні рідини, моторні оливи, технічні жири (мастила), технічні оливи» станом на 01.06.2008 р.

До заяви заявником додані документи, які на думку заявника, свідчать про добру відомість в Україні знака  на 01.06.2008 р., а саме:

1. Копія устава ООО "Пушкінський завод" (новая редакция) - 24 арк.
2. Копія свідательства о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц о юридическом лице, зарегистрированном до 1 июля 2002 года - 1 арк.

3. Копія інформаційного листа об учёте а Статрегістре Росстата від 09.11.2010 № 1-7/159-247/231 с приложением - 2 арк.
4. Копія виписки из протокола № 6 засідання Совета директорів ООО "Пушкинський завод" - 1 арк.
5. Копія уставу ООО "Компанія Люксойл" (новая редакція) - 17 арк.
6. Копія Свідетельства о государственной регистрации юридического лица с приложением - 4 арк.
7. Копія інформаційного листа об учёте в ЕГРПО от 11.08.2004 № 1-7/159-247/725 с приложением - 2 арк.
8. Інформація "Російський підрозділ DELFIN GROUP RUSSIA Міжнародної торгово-промислової асоціації DELFIN GROUP WORLDWIDE" - 81 арк.
9. Копії свідоцтв Російської Федерації на товарний знак № 190449, № 209323, № 209387, № 212356, №225930, № 252882, міжнародної реєстрації № 822543, № 275898 - 23 арк.
10. Копія свідоцтва про визнання знака "LUXOIL" добре відомим в Росії - 1 арк.
11. Копія "Отчета об оценке рыночной стоимости ТМ "LUXOIL" - 5 арк.
12. Копія "Отчета о рекламных затратах ТМ "LUXOIL" - 219 арк.
13. Каталог продукції ТМ ""LUXOIL" - 35 арк.
14. Копії документів, що підтверджують реєстрацію домену - 3 арк.
15. Асортимент продукції ТМ "LUXOIL" і "LUXE" - 41 арк.
16. Статті про ребрендінг - 13 арк.
17. Копії митних документів, що підтверджують поставки продукції ТМ "LUXE" 2007 – 2012 рр. - 5 підшивок.
18. Копії сертифікатів відповідності (якості) 2006-2012 рр. -132 арк.
19. Копії прикладів договорів про поставки продукції "LUXE" 2007-2012 рр. - 51 дог.;
20. Відомості про кількість торговельних точок продукції "LUXE" на території України - 10 арк.
21. Копії прикладів сертифікатів "офіційного представника"- 18 арк.
22. Приклади розміщення продукції ТМ "LUXE" в магазинах, автозаправочних станціях, станціях технічного обслуговування 2007 – 2012 р.р. - 267 арк.
23. Звіт "Оценка известности ТМ "LUXE" в Украине" - 42 арк.
24. Приклади реклами в Інтернеті - 16 арк.
25. Приклади рекламних матеріалів - 49 арк.
26. Приклади реклами на транспортних засобах -14 арк.
27. Приклади зовнішньої реклами - 13 арк.
28. Приклади сувенірної продукції і POS матеріалів - 42 арк.
29. Фотографії з виставок, семінарів, конференцій - 26 арк.
30. Приклади публікацій щодо продукції ТМ "LUXE" та ТМ "LUXOIL" - 147 арк.

31. Каталоги і етикетки для продукції ТМ "LUXE" (етикетки і 2 каталоги).

17.05.2012 р. представник заявника подав до Державної служби інтелектуальної власності додаток до заяви про визнання знака  добре відомим в Україні, до якого були додаткові документи, а саме, копії сторінок із веб-сайтів:

[http://www.ua.all.biz/buy/goods/?group=1080251;](http://www.ua.all.biz/buy/goods/?group=1080251)
[http://chernigiv.prom.ua/p1886169-motornoe-maslo-luxe.html;](http://chernigiv.prom.ua/p1886169-motornoe-maslo-luxe.html)
[http://dp.prom.ua/p3293992-maslo-motornoe-luxe.html;](http://dp.prom.ua/p3293992-maslo-motornoe-luxe.html)
<http://oilstandart.wordpress.com/2011/04/22/akciya-motornoe-maslo-luxe-super-20w-50-5l/>
http://autoprotect.com.ua/products/motornoe_maslo_luxoil_luxe_10w40;
[http://autoexpert.com.ua/avtotovari/parts-masla-smazki/4666-luxe-extra-5w-40-motornoe-maslo-sinteticheskoe.html;](http://autoexpert.com.ua/avtotovari/parts-masla-smazki/4666-luxe-extra-5w-40-motornoe-maslo-sinteticheskoe.html)
[http://www.motoroil.com.ua/oil/semisynthetic/1l10w40/LUXOIL_LUX_10W-40_SG_CE/;](http://www.motoroil.com.ua/oil/semisynthetic/1l10w40/LUXOIL_LUX_10W-40_SG_CE/)
[http://oilstandart.wordpress.com/2011/02/11/motor-oil-luxe-gold/;](http://oilstandart.wordpress.com/2011/02/11/motor-oil-luxe-gold/)
http://delfin-distribyushn-ukraina.uaprom.net/product_list/group_527590;
[http://simferopol.prom.ua/p4337736-avtomobilnye-masla-luxe.html;](http://simferopol.prom.ua/p4337736-avtomobilnye-masla-luxe.html)
http://oilmaster.com.ua/index.php?route=product/manufacturer&manufacturer_id=18;
[http://www.autocentre.ua/ac/Service/Consumer/19826.html;](http://www.autocentre.ua/ac/Service/Consumer/19826.html)
[http://www.fiesta-club.com.ua/forum_new/viewtopic.php?f=23&t=4178.](http://www.fiesta-club.com.ua/forum_new/viewtopic.php?f=23&t=4178)

Колегія Апеляційної палати розглянула надані документи та заслухала пояснення представника заявника.

Відповідно до ч. 1 ст. 25 Закону України "Про охорону прав на знаки для товарів і послуг" (далі – Закон): "Охорона прав на добре відомий знак здійснюється згідно з статтею 6 bis Паризької конвенції про охорону промислової власності та цим Законом на підставі визнання знака добре відомим Апеляційною палатою або судом".

Згідно з п. 2.1 Регламенту Апеляційної палати Державної служби інтелектуальної власності України, затвердженого Наказом Міністерства освіти і науки України від 15.09.2003 № 622 (надалі - Регламент), завданнями Апеляційної палати є колегіальний розгляд поданих до неї, зокрема, заяв щодо визнання знака добре відомим в Україні та прийняття відповідних рішень.

Підпункти 2.1 та 2.2 Порядку визнання знака добре відомим в Україні Апеляційною палатою Державної служби інтелектуальної власності України, затвердженого Наказом Міністерства освіти і науки України від 15.04.2005 № 228 (далі - Порядок), визначають, що для визнання

Апеляційною палатою знака добре відомим в Україні подається заява. Заява подається особою, яка вважає свій знак добре відомим в Україні, або її представником.

Пункт 6 Регламенту встановлює, що право на звернення до Апеляційної палати в порядку, установленому цим Регламентом, має власник знака - із заявою про визнання його знака добре відомим в Україні.

Відповідно до п. 2 ст. 25 Закону: "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 з ч. 2 ст. 25 Закону для встановлення того, чи є знак добре відомим в Україні, зазначені фактори не є вичерпними.

Згідно з ст. 2 Спільних рекомендацій відносно положень про охорону добре відомих знаків, що прийняті Асамблеєю Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ) на тридцять четвертій сесії засідань Асамблей держав-членів ВОІВ 20-29 вересня 1999 року (далі – Рекомендації ВОІВ), 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 та інші матеріали, що були надані заявником в якості доказів для підтвердження наявності факторів, що можуть впливати на визнання знака  добре відомим в Україні на 01.06.2008 року, та заслухала додаткові пояснення представника заявника щодо наданих документів.


Для визначення того, чи є знак  добре відомим в Україні, колегією Апеляційної палати були взяті до уваги наступні обставини та фактори.


Заявник є правонаступником радянського державного підприємства: Міжгалузеве науково-виробниче об'єднання (МНПО) "Вектор". До складу Міжгалузєвого науково-виробничого об'єднання "Вектор" входили:



Конструкторське бюро, Балашихинський дослідницький хімічний завод, Пушкінський дослідницький завод. Заявник був створений на матеріальній базі Пушкінського дослідницького заводу, який був заснований ще у 1938 році.


На поточний момент заявник є одним із провідних та сучасних підприємств Російської Федерації в хімічній галузі. Основними видами діяльності заявника є: виробництво тари з поліетилену; виробництво технологічного обладнання; виробництво технічних мастил і спецрідин; фасування технічних мастил і спецрідин в споживчу тару для подальшої реалізації у вигляді товарів народного споживання; прийом, зберігання, оптова та роздрібна реалізація нафтохімічної продукції, у тому числі - пально-мастильних матеріалів, технічних масел і спецрідин для автомобільної та тракторної техніки; проведення лабораторних сертифікаційних випробувань і аналізів бензинів, ГСМ, технічних масел і спецрідин.


У 2003 році заявник увійшов до складу Міжнародної торгово-промислової асоціації "DELFIN GROUP WORLDWIDE", а саме до складу її російського підрозділу "DELFIN GROUP RUSSIA", одним із пріоритетів якої є здійснення сучасних наукових і технологічних розробок у галузі виробництва та запровадження новітніх технологічних процесів. Більш ніж 10% всіх сумарних доходів об'єднання витрачаються на наукові дослідження. Продукція підлягає строгому контролю на всіх етапах виробничого циклу відповідно до вимог Системи Менеджменту Якості ISO 9001:2000.


Міжнародна торгово-промислова асоціація "DELFIN GROUP WORLDWIDE" має свої підрозділи не тільки в Російській Федерації, а й в інших державах Європи та СНГ, в тому числі в Україні. DELFIN GROUP UKRAINE існує з 2007 року. З огляду на перспективність розвитку ринку України, асоціація має за мету зробити популярною і доступною свою продукцію для українських споживачів на всі території України. Для цього Delfin GROUP UKRAINE реалізується три напрямки своєї діяльності: промисловість, дистрибуція та логістика. DELFIN DISTRIBUTION UKRAINE призначена для продажу та розповсюдження всієї продукції асоціації. Партнерами компанії в регіонах є суб'єкти підприємницької діяльності - фізичні та юридичні особи, більшість з яких здійснюють своє співробітництво у прямому імпорті фасованої продукції російських виробників, які входять до складу DELFIN GROUP RUSSIA, зокрема, імпорти продукції заявника під знаком  в Україну. DELFIN LOGISTIC UKRAINE – підрозділ, який відповідає за всі локальні логістичні схеми DELFIN GROUP UKRAINE, в розпорядженні якого є дві залізничні гілки, які підведені безпосередньо до складського комплексу, і власний автотранспортний парк, що дає можливість забезпечувати продукцією усі регіони України.


В Україні заявник є власником знака  за Свідоцтвом України № 106911 на знак для товарів і послуг.

Історія знака  почалася із знака , словесний елементом якого було фантазійне слово "LUXOIL", яке, в свою чергу, складалося із поєднання двох англійських слів *luxe* [luks] - імен. розкіш, багатство, пишність та *oil* [ɔil] - імен. 1) масло (зазвичай рослинна або мінеральне); 2) нафта; 3) технічне масло, мастило). Виробництво своєї продукції заявник під зазначеним знаком розпочав ще в 1999 року, серед якої були технічні масла, мастила, технічні рідини різного призначення - все те, що може бути "oil".

29.11.1999 року заявник подав до Російського агентства по патентам та товарним знакам першу заявку на реєстрацію товарного знаку  для товарів 04 класу МКТП та отримав 29.06.2000 Свідоцтво на товарний знак (знак обслуговування) № 190449. Згодом до Російського агентства по патентам та товарним знакам були подані та зареєстровані товарні знаки:


1)  за Свідоцтвом на товарний знак (знак обслуговування) № 209323 (дата подання заявки: 20.01.2000, дата реєстрації: 05.03.2002) для товарів 04 класу МКТП: *технические масла и (консистентные) смазки; смазочные материалы; топлива (в том числе моторные бензины) и в том числе: бензин, газ топливный (топливо газообразное), газойль, газолин (бензин), газы генераторные, газы отвержденные [топливо], горючее, добавки нехимические для горючих смесей [моторное топливо], горючие [топливные] смеси карбюрированные, дизельное топливо, жидкости смазочно-охлаждающие, жиры технические, замасливатели, касторовое масло техническое; керосин, масла смазочные, масло моторное, консистентные смазки для оружия";*

2)  за Свідоцтвом на товарний знак (знак обслуговування) № 209387 (дата подання заявки: 20.01.2000, дата реєстрації: 05.03.2002) для товарів 04 класу МКТП: *технические масла и (консистентные) смазки; смазочные материалы; топлива (в том числе моторные бензины); бензин; газ топливный [топливо газообразное]; газойль; газолин [бензин]; газы генераторные; газы отвержденные [топливо]; горючее; добавки нехимические для горючих смесей [моторного топлива]; горючие топливные смеси карбюрированные; дизельное топливо; жидкости смазочно-охлаждающие; жиры технические; замасливатели; касторовое масло техническое; керосин; масла смазочные; масло моторное; консистентные смазки для оружия";*

3)  за Свідоцтвом на товарний знак (знак обслуговування) № 212356 (дата подання заявки: 16.06.2000, дата реєстрації: 15.05.2002) для товарів 04 класу МКТП: *технические масла и (консистентные) смазки; смазочные материалы; топлива (в том числе моторные бензины); бензин;*

газ топливный [топливо газообразное]; газойль; газолин [бензин]; газы генераторные; газы отвержденные [топливо]; горючее; добавки нехимические для горючих смесей (моторное топливо); горючие топливные смеси карбюрированные; дизельное топливо; жидкости смазочно-охлаждающие; жиры технические; замасливатели; касторовое масло техническое; керосин; масла смазочные; масло моторное; консистентные смазки для оружия";



4)  за Свідоцтвом на товарний знак (знак обслуговування) № 225930 (дата подання заявки: 23.06.2000, дата реєстрації: 28.10.2002) для наступних товарів і послуг:


01 класу МКТП: "химические продукты, предназначенные для использования в промышленных, научных целях, в фотографии, сельском хозяйстве, садоводстве и лесоводстве; необработанные синтетические смолы, необработанные пластмассы; удобрения; составы для тушения огня; химические вещества для закалки и пайки металлов; химические вещества для консервирования пищевых продуктов; дубильные вещества; клеящие вещества для промышленных целей";

03 класу МКТП: "препараты для отбеливания и прочие вещества для стирки; препараты для чистки, полирования, обезжиривания и абразивной обработки; мыла; парфюмерные изделия; эфирные масла, косметические средства, лосьоны для волос; зубные порошки, пасты";

35 класу МКТП: "реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба; сбыт товара через посредников; аукционная продажа; агентства по импорту-экспорту";

42 класу МКТП: "промышленные и научные исследования и разработки; программирование; реализация товаров";



5)  за Свідоцтвом на товарний знак (знак обслуговування) № 252882 (дата подання заявки: 23.06.2000, дата реєстрації: 14.08.2003) для товарів і послуг:

01 класу МКТП: "химические продукты, предназначенные для использования в промышленных, научных целях, в фотографии, сельском хозяйстве, садоводстве и лесоводстве; необработанные синтетические смолы, необработанные пластмассы; удобрения; составы для тушения огня; химические вещества для закалки и пайки металлов; химические вещества для консервирования пищевых продуктов; дубильные вещества; клеящие вещества для промышленных целей";


03 класу МКТП: "препараты для отбеливания и прочие вещества для стирки; препараты для чистки, полирования, обезжиривания и абразивной обработки; мыла; парфюмерные изделия; эфирные масла; косметические средства; лосьоны для волос; зубные порошки, пасты";

04 класу МКТП: "технические масла и консистентные смазки; смазочные материалы; топлива (в том числе моторные бензины); бензин; газ топливный [топливо газообразное]; газойль; газолин [бензин]; газы генераторные; газы отвержденные [топливо]; горючее; добавки нехимические для горючей смеси [моторного топлива]; горючие [топливные] смеси карбюрированные; дизельное топливо; жидкости смазочно-охлаждающие; жиры технические; замасливатели; касторовое масло техническое; керосин; масла смазочные; масло моторное; консистентные смазки для оружия";

35 класу МКТП: "реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба; сбыт товара через посредников; аукционная продажа; агентства по импорту-экспорту";

42 класу МКТП: "промышленные и научные исследования и разработки; программирование; реализация товаров посредством розничной и оптовой торговли".



6)  за міжнародною реєстрацією № 822543 (дата реєстрації 08.09.2003), що була поширена в тому числі і на територію України для товарів:

"01 - Chemicals used in industry, science, photography, as well as in agriculture, horticulture and forestry; unprocessed artificial resins, unprocessed plastics; manure for agriculture; fire extinguishing compositions; tempering and soldering preparations; chemical substances for preserving foodstuffs; tanning substances; adhesives used in industry;


03 - Bleaching preparations and other substances for laundry use; cleaning, polishing, scouring and abrasive preparations; soaps; perfumery, essential oils, cosmetics, hair lotions; dentifrices;

04 - Industrial oils and greases; lubricants; fuel (including petrol); diesel oil, petroleum; combustible gases; producer gases; solidified fuel gases; non-chemical additives for motor fuel; vaporized fuel mixtures; cutting oils; industrial greases; textile oils; castor oil for technical purposes; kerosene; lubricating oils; motor oils; greases for weapons;

35 - Advertising; business management; business administration; office tasks; sales promotion (for third parties) including producing goods (terms considered too vague by the International Bureau - rule 13(2)(b) of the Common Regulations); auctioneering; import-export agencies;

42 - Technical research; computer programming".



7)  за Свідоцтвом на товарний знак (знак обслуговування) № 275898 (дата подання заявки: 19.12.2002, дата реєстрації: 30.09.2004) для товарів і послуг:

12 класу МКТП: "транспортные средства; аппараты, перемещающиеся по земле, воде и воздуху, в том числе запасные части, комплектующие и аксессуары к ним";

16 класу МКТП: "бумага, картон и изделия из них, не относящиеся к другим классам; печатная продукция; материалы для переплетных работ; фотоснимки; писчебумажные товары; клейкие вещества для канцелярских и бытовых целей; принадлежности для художников; кисти; пишущие машины и конторские принадлежности (за исключением мебели); учебные материалы и наглядные пособия (за исключением аппаратуры); пластмассовые материалы для упаковки (не относящиеся к другим классам); шрифты; клише типографские";

37 класу МКТП: "строительство; ремонт; установка оборудования";

40 класу МКТП: "печать офсетная; полиграфия";


45 класу МКТП: "службы безопасности для защиты имущества и индивидуальных лиц, в том числе агентства детективные, агентства по организации ночной охраны, консультации по вопросам безопасности, контроль систем защиты от взлома, охрана штатская, услуги телохранителей; служба пожарная".




Крім того, товарний знак  25 вересня 2006 р. був визнаний добре відомим в Російській Федерації з 01.10.2004 р.

Основними, домінуючими та розрізняльними елементами знаків за Свідоцтвами на товарні знаки (знаки обслуговування) № 212356 (дата подання заявки 16.06.2000), № 225930 (дата подання заявки 23.06.2000), №275898 (дата подання заявки 19.12.2002) та міжнародної реєстрації №




822543 () є словесний елемент "LUXOIL", який виконаний літерами білого кольору в оригінальному шрифті з виразною літерою "X" та зображувальний елемент, який представляє собою поєднання кіл та квадратів, що знаходяться всередині один одного, на тлі синього, червоного та білого кольорів.





Продукція під знаком  була представлена на багатьох спеціалізованих виставках, серед яких: Мотор шоу - 2002, Автосалон - 2003, 8-ма Московська міжнародна автомобільна виставка MIMS-2004, MOBI-9 спеціалізована виставка автомобілів, обладнання для ремонту і технічного обслуговування автотранспорту, автохімії і автокосметики.



Заявник здійснював активне просування своєї продукції під знаком





 на ринку технічних мастил та спеціальних рідин. Широкий асортимент високоякісних технічних масел, мастил і спеціальних рідин, активна


рекламна компанія та привабливі ціни зробили знак  впізнаваним серед


споживачів в багатьох країнах СНД. Завдяки всім цим заходам знак  набув значну ринкову вартість, яка на 2004 рік за оцінками спеціалістів склала 226719000 російських рублів або 7 760 000 доларів США за офіційним курсом Банку Росії на 22.09.2004.

Результатом оновлення виробничих потужностей та впровадження нової системи контролю якості стало те, що масла під знаком  набули унікальних характеристик і почали складати серйозну конкуренцію продукції провідних вітчизняних та зарубіжних виробників. Якість товарів під знаками  неодноразово підтверджувалась нагородами в незалежних конкурсах та документами про їх відповідність міжнародним стандартам та вимогам.


Починаючи з 2000 року, реалізацію товарів під знаком  в Україні здійснювала ціла низка суб'єктів підприємницької діяльності - фізичних осіб та юридичних осіб, які імпортували її в Україну самостійно. З 2002 року почався процес створення та розвитку в Україні дилерської мережі з продажу

товарів під знаками . Найпершими представниками, які почали створювати та розвивати дилерську мережу були ПП "Люмо" (Україна) та ТОВ "Рубеж" (Україна), які отримували з 2002 по 2006 р. включно продукцію

під знаком . З 2007 року продукція під зазначеним знаком на українському ринку почала реалізовуватися безпосередньо ТОВ "Делфін Дистриб'юшн Україна". Завдяки усім зазначеним особам товари під знаком

 швидко зайняли свою нішу на українському ринку автохімічної продукції та завоювали широку популярність серед українських споживачів, що стало результатами задіяння значних фінансових, матеріальних, організаційних та людських ресурсів.

У період 2001-2004 була проведена значна рекламна компанія по просуванню товарів під знаками  як на ринку Росії, так і на територіях інших країн, що підтверджується звітом рекламних витрат за 2000-2004 роки


на популяризацію та просування продукції під знаком . Згідно з наданими документами значна доля реклами була проведена саме на

телебаченні та в пресі. Реклама проводилась на російських телевізійних каналах, що транслювалися на території України, та в журналах "За рулём" та газеті "Аргументи и Факти", які розповсюджувалися також по всій території України.




За таких умов в 2007 році знак  був відомий не тільки на території Російської Федерації, а й в Україні. За роки існування на ринку моторних




масел і спеціальних рідин товари під знаком  поставлялися практично в усі країни СНД (Азербайджан, Вірменія, Латвія, Казахстан, Україна, Киргизстан, Узбекистан, Туркменістан, Таджикистан), а також експортувалась у країни далекого зарубіжжя. У 2002 році тільки на




територію України було завезено 1488 т. товарів під , а у 2003 році – вже 4001 т.



Отже, за час свого існування знак  почав чітко асоціюватися із різноманітними синтетичними, напівсинтетичними, мінеральними моторними і трансмісійними маслами для автомобілів заявника. При цьому асортимент цієї продукції постійно розширювався. Заявник став виробником не лише високоякісних олійних та мастильних продуктів, а й інших товарів високої якості, зокрема, великого асортименту автомобільних фільтрів (повітряних, масляних), охолоджувальних рідин на базі етиленгликолей, склосмивачів з різними ароматичними добавками (літні і зимові варіанти), промивних рідин, присадок і добавок до масел, автокосметики, пластичних мастил і багато інших, в які не додавалась нафта або масло, як такі. З огляду




на це знак  (з елементом "oil") став обмежувати асортимент продукції заявника тільки маслами і не відповідати реаліям часу.

У зв'язку із зазначеними обставинами заявником був здійснений ребрендінг знака.



Знак  став



При цьому, після ребрендінгу знак  зберіг усі характерні та звичні для споживачів ознаки, а саме:



кольорову гаму – білий, червоний, синій (тло – поєднання синього і червоного, які розділяються оригінальною літерою "X", літери виконані білим кольором);

оригінальний шрифт з виразною літерою "X";




зображувальний графічний елемент;

зовнішній вигляд пакування продукції.






Отже, на початку 2008 року замість знака  в Україні з'явилася оновлена його форма . Споживач практично відразу сприйняв зазначений оновлений бренд. Оновлення не вплинуло на обсяги реалізації продукції в Україні і тенденція щодо зростання продажів відповідних товарів збереглася. Більше того, разом з оновленим знаком споживач відразу отримав ще ширшу номенклатуру високоякісної продукції, що посилило асоціативний зв'язок двох вищевказаних позначень. Крім того, перехід до оновлення був поступовим. Починаючи з кінця 2007 року продукція



заявника, маркована і знаком  і знаком , реалізовувалася в Україні паралельно в одних і тих самих точках продажу та по одним і тим самим каналам збуту, що робилося спеціально з тим, щоб швидко призвичаїти споживачі до оновленого бренду і, тим самим, не дати можливість загубити досягнення вже відомого знака з високим ступенем репутації та відомості. В точках продажу велася роз'яснювальна робота щодо ребрендингу, на стойках з продукцією з'явилися листівки, які інформували про зміни зовнішнього вигляду знака і нову продукцію, для якої цей знак використовувався. В популярних спеціальних виданнях для автомобілістів, таких як "Авто-експерт", "Автобазар", "За рулём", "Аргументи и Факти", на сайті публікувалися матеріали з детальною інформацією про нові продукти марки .



У середині 2008 року процес перетворення знака  в  був повністю завершений, а дія свідоцтв на усі товарні знаки (знаки обслуговування) серії "LUXOIL" припинена.

В Україні заявка на знак  була подана 12.02.2008 року пов'язаним із заявником Товариством з обмеженою відповідальністю "Зотік". 12.05.2009 року Державний департамент інтелектуальної власності України зареєстрував зазначений знак та видав Свідоцтво України № 106911 на знак для товарів і послуг:

Кл.1: *антидетонатори до палива двигунів внутрішнього згорання; антистатика, крім побутових; антифризи; ацетон; вода здистильована; вода підкислена для перенаснажування акумуляторів; гальмові рідини; гліколь; гліцерин на промислові потреби; детергенти на промислові потреби; диспергатори нафти; диспергатори олій; домішки очищальні до бензину; домішки хімічні до моторного палива; етер гліколю (простий ефір); знепрозорювачі (замутнювачі, глушники) до скла; знебарвники (вибілювачі) на промислові потреби; зневоджувальні препарати на промислові потреби; знежирювальні препарати на промислові потреби; знеакипники (хімічні засоби для видалення накипу), крім побутових; клеї для шин надувних; клеї на*

промислові потреби; корозивні препарати; метиловий спирт; мінеральні кислоти; окислювачі (хімічні домішки до моторного палива); охолодники (охолоджувальні рідини) для двигунів транспортних засобів; очищальні препарати (прояснювачі); препарати, що сприяють економії палива; промислові хімікати; протинакипники (препарати, що запобігають накипові); протипінні розчини для акумуляторів електричних; препарати проти закипання двигунових охолодників (охолоджувальних рідин); рідини для вилучання сульфатів з електричних акумуляторів; рідини для керування з гідравлічним підсилювачем; рідини до гідравлічних систем; рідини трансмісійні; розчинники для клеїв; розчинники для лаків; речовини для лагодження шин; спирт етиловий; синтетичні матеріали для абсорбування олій та олів; фільтрувальні (цідильні) матеріали (мінеральні речовини); фільтрувальні (цідильні) матеріали (необроблені пластмаси); фільтрувальні (цідильні) матеріали (рослинні речовини); фільтрувальні (цідильні) матеріали (хімічні речовини); фільтрувальні (цідильні) матеріали керамічні подрібнені; хімікати для очищення олій; хімікати для видаляння нагару в двигунах; хімічні добавки до олій; шпаклівки для кузовів автомобілів; шпаклівки олійні;


Кл. 3: абразиви (абразивні матеріали); амоніак (легкий луг) (мийний засіб); лискувальні препарати; ганчірки, просочені мийними засобами, для прибирання; дезінфікувальне мило; замочувальні препарати для прання; знебарвники (знебарвлювальні препарати); знежирювачі, крім промислових; знеакрипники (хімічні засоби для видаляння накипу) побутові; лискувальний віск; лискувальні пасти; лискувальні препарати; лискувальні препарати для меблів і підлоги; мийні засоби, крім промислових і лікарських (медичних); мийні препарати; мило; олії чистильні; олія терпентинна (скипидарна) для знежирювання; паста пральна; стиснене повітря в контейнерах для чищення або видаляння пилу; пральний блиск; пральні вибілювачі; пральні препарати; препарати для сухого чищення; препарати для виводіння плям; препарати для змивання фарб; розчинники підлогової мастики (чистильні препарати); розчини для миття вітрового (переднього) скла; серветки, просочені косметичними лосьйонами; скипидар для знежирювання; чистильні (лискувальні) препарати; чистильні препарати; чистильні розчини; шампуні;


Кл. 4: бензин; бензол; вазелін технічний; віск на промислові потреби; газолін; гас; графіт мастильний; денатурат (метилований спирт); деревне вугілля (паливо); дизельне паливо; домішки нехімічні до моторного палива; жири тверді; зволожувальні олії; карнубський віск; касторова олія на технічні потреби; ксилол; мазут; матеріали для розпалювання; мастила для зброї; мастила для пасів; мастильні жири; мастильні матеріали; мастильні оливи; мастильно-охолоджувальні рідини; мінеральне паливо; моторне паливо; моторні оливи; нафта; нафта, сира або перероблена; нафтовий (петролейний) етер (простий ефір); нафтовий газ; олії до фарб; паливний газ; паливні суміші скарбюровані; паливо; паливо на основі спирту; ріпакова



олія технічна; соняшникова олія технічна; спирт (паливо); технічні жири (мастила); технічні оливи;


Кл. 35: аналізування собівартості; агентства комерційного інформування; аукціонний продаж; вивчання ринку; визначання громадської думки; влаштування виставок на комерційні або рекламні потреби; влаштування ярмарків на комерційні або рекламні потреби; демонстрування товарів; ділове досліджування; ділове інформування; ділове оцінювання; ділове розвідування; ділові довідки; допомога в керуванні справами; досліджування ринкове; допомога у комерційному або промисловому керуванні; дорадча допомога в діловому керуванні; економічне прогнозування; експертування на ділову успішність; збирання статистичних даних; інвойсування; консультування щодо керування справами; поради щодо налагоджування і керування справами; комерційна інформація і консультації для споживачів (центри підтримки споживачів); написання рекламних текстів; наймання (орендування) місця на рекламу; наймання рекламного часу на засобах інформування; наймання (прокат) рекламних матеріалів; оновлювання, коригування та удосконалювання рекламних матеріалів; оформлення вітрин; послуги з порівнювання цін; послуги з розміщування рекламних матеріалів; послуги із укладання субдоговорів (комерційна допомога); послуги постачання для інших (закуповування товарів та надавання постачальницьких послуг іншим фірмам); пошук спонсорів; представляння продуктів через засоби комунікації з метою роздрібного продажу; публікування рекламних текстів; радіорекламування; реклама поштою; рекламні агентства; рекламування; рекламування через комп'ютерну мережу; розміщування об'яв поза приміщеннями; розповсюджування зразків; розповсюджування рекламних матеріалів; розсилання поштою рекламних матеріалів; сприяння продажеві (посередництво); телевізійне рекламування; фахове консультування щодо підприємництва;





Кл.42: вивчання технічних проектів; випробовування матеріалів; відновлювання комп'ютерної бази даних; досліджування у сфері захисту навколишнього середовища (довкілля); досліджування в хімії; експертування; комп'ютерне програмування; консультування щодо енергозберігання; консультування щодо комп'ютерної техніки; консультування щодо програмного статку для комп'ютерів; наймання (прокат) веб-серверів; наймання (прокат) програмного статку комп'ютерів; наймання (прокат) комп'ютерів; обслуговування та створювання веб-сайтів для інших; обслуговування програмного статку комп'ютерів; послуги фахівців з хімії; перевіряння якості; перевіряння щодо роботопридатності транспортних засобів; провідіння досліджень і розробляння нових товарів для інших; проектування комп'ютерних систем; промисловий дизайн; розміщування комп'ютерних веб-сайтів; стилізований промисловий дизайн; хімічні аналізи.


20.02.2012 р. між ТОВ "Зотік" та заявник уклали договір про передачу виключних майнових прав на знак для товарів і послуг . 27.02.2012


р. Державною службою інтелектуальної власності було прийнято рішення про опублікування в офіційному бюлетені "Промислова власність" та внесення до Держаного реєстру свідоцтв України на знаки для товарів і послуг відомостей про передачу права власності на знак  за Свідоцтвом України №106911 на знак для товарів і послуг (реєстраційний номер 12455, дата публікації та реєстрації 12.03.2012).



Заявник надав достатній обсяг документів, що підтверджують ввезення на територію України продукції під знаком  та її номенклатуру. Представлені приклади каталогів продукції з описами її характеристик, фотографіями зовнішнього вигляду її пакування, які масово розповсюджуються у місцях продажу продукції, передавалися дистриб'юторам та іншим фахівцям, безпосередньо пов'язаним із просуванням продукції під знаком .

Продукція під знаком  з 2007 року постійно проходить в Україні необхідну державну сертифікацію, про що свідчать надані заявником копії сертифікатів відповідності, видані за період з 2007 - 2012 рр. Також заявником надані копії паспортів якості, що свідчить про те, що ця продукція відповідає встановленим вимогам якості не тільки в Україні, а і в Російській Федерації.


Продукція під знаком  реалізується офіційними дистриб'юторами DELFIN DISTRIBUTION UKRAINE через мережу суб'єктів підприємницької діяльності по всій території України, що підтверджується копіями контрактів на поставку продукції  в Україну (2007-2012 рр.). Заявник надав відомості про кількість торговельних точок продукції під знаком  по областях і районам України. Згідно із цими відомостями по всій території України з 2007 року налічується 9 072 торговельні точки з роздрібною реалізацією продукції під знаком .



Крім того, розвинута система дистриб'юції продукції заявника забезпечує поставки широкого асортименту товарів під знаком  на території Латвії, Литви, Естонії, Південно-східної Азії, країн СНД, Східної Європи, Близького Сходу, Африки і Австралії.


Вказані вище фактори дозволяють зробити висновок про тривалий строк, значний обсяг та широкий географічний район використання та просування знака  не лише на території України, а й у світі.

Реалізація продукції під знаком  здійснюється за спеціально розробленою концепцією марчендайзингу – комплексу заходів для забезпечення найбільш ефективних способів просування товару під знаком  до споживача, завданнями якого є: інформування споживача про місце знаходження товару; надання найбільш повної інформації про товар та його вартість; зосередження максимальної уваги споживача на місці викладки товару; надання найбільш привабливої інформації для того, щоб споживач придбав товар "зараз і саме тут"; підтримка самої торговельної

точки, з метою підвищення доходу, а як наслідок – збільшення обсягів закупівлі продукції. Реклама за цією концепцією є персоніфікованою та зорієнтованою переважно на розповсюдження інформації в Інтернеті і вплив на покупців у місцях безпосереднього продажу товарів.



В Інтернеті існує кілька доменних імен: luxoil.ru, luxe-oil.ru, люкс-ойл.рф, міжнародний домен luxe-oil.com та український сайт верхнього рівня: luxe.ua. Крім того, в Інтернеті представлений безпосередній сайт заявника: <http://pushkinskiy-zavod.ru> та сайт Міжнародної торгово-промислової асоціації "DELFIN GROUP WORLDWIDE": <http://www.delfingroup.com>. Усі вони відсилають до веб-ресурсів з продукцією, що виробляється заявником під знаком .




Продукція представлена українським користувачам мережі Інтернет у багатьох Інтернет-магазинах, завдяки чому користувачі мають змогу ознайомитись із широкою лінійкою продукції під знаком , переглянути її основні фізико-хімічні характеристики, прочитати відгуки інших користувачів, проглянути рейтинги продукції і придбати її. Так, продукція під знаком , а саме: моторні оливи, гальмівні рідини, гідравлічні та трансмісійні оливи доступні українським користувачам мережі Інтернет у магазинах та онлайн бізнес-платформах: <http://oilstandart.wordpress.com>, <http://prom.ua>, <http://www.ua.all.biz>, <http://autoprotect.com.ua>, <http://www.motoroil.com.ua>, <http://oilmaster.com.ua> та ін. Перераховані Інтернет-сервіси є провідними в українському сегменті мережі Інтернет серед онлайн-дистрибуції автотоварів. Зокрема, за даними статистики із системи <http://top.bigmir.net> щодо відвідуваності сайтів <http://prom.ua>, <http://www.ua.all.biz>, ресурс <http://prom.ua>, де продукція заявника представлена для всіх регіонів України, щодня відвідають в середньому близько 200000 користувачів, ресурс <http://www.ua.all.biz> - 500000 користувачів за день.



Знак  отримав розповсюдження в мережі Інтернет також завдяки участі продукції під цим знаком у різного роду оглядах, тестах та випробуваннях, результати яких розміщені в мережі Інтернет. Як наприклад, на сайті autocentre.ua із результатами огляду моторних оливок в Україні представлені оливи під відповідним знаком. Аналогічні матеріали на інших сайтах привертають увагу значної кількості користувачів, адже містять об'єктивні дані щодо якостей товарів, які випробовуються, містять відгуки експертів та звичайних автолюбителів. Так, за даними статистики із системи <http://top.bigmir.net> щодо відвідуваності сайту autocentre.ua, на якому, зокрема, були опубліковані результати огляду моторних оливок, сайт щодня проглядає 6588 користувачів, які цікавляться автомобільною тематикою.





Факт відомості знака  в мережі Інтернет також доводить значний інтерес користувачів до продукції під цим знаком, що

підтверджується наявністю згадок про зазначену продукцію на різноманітних он-лайн комунікаційних майданчиках та Інтернет-форумах.


Про відомість знака  в мережі Інтернет говорить також факт індексації знака основною та найпопулярнішою пошуковою системою "GOOGLE". При введенні пошукового запиту користувача "luxe мотор" пошукова система "GOOGLE", розпізнаючи перші символи запиту, виводить автоматичні підказки: "luxe моторное масло" "моторное масло luxe - отзывы", "моторное масло luxe 10w40", що говорить про велику чисельність тотожних, чи майже тотожних запитів користувачів. Крім того, в пошуковій системі "GOOGLE" за ключовими словами: моторні масла "LUXE" - 5780 посилань (за 0,15 сек.), моторні масла "Пушкінський завод" - 2 160 посилань (за 0,19 сек.). За цими посиланнями споживачі мають можливість ознайомитися з усією лінійками продукції під знаком , її характеристики, з'ясувати вартість, замовити товар або дізнатись адреси продажу.


Програма маркетингу знака  в точках продажу проводиться з активним використанням POS - матеріалів (від англ. "point of sale" – місце продажу) та сувенірних матеріалів. Тобто, рекламні матеріали розміщуються у точках продажу з метою інформування споживачів, що цю продукцію можна купити саме у цій торговельній точці. Здійснюється всіляке привертання уваги покупців та формування позитивного іміджу бренду . Для цього використовується однаковий фірмовий стиль у представленні продукції: однаково оформлені стійки - розкладки (закритого і відкритого видів) для продукції, одяг продавців-консультантів (куртки, футболки, кашкети). Прапори із нанесеним знаком, кружки, ручки, брелоки, годинники, запальнички – всі ці корисні речі очікують своїх власників в місцях продажу продукції. З 2007 року відносно продукції під знаком  регулярно проводяться різноманітні благодійні та промоакції.


В місцях продажу продукції під знаком  розташовуються спеціальні фірмові стенди або стійки, з яких розповсюджуються рекламні листівки з описами характеристик конкретного товару, буклети та каталоги. Втілення усіх зазначених заходів в точках продажів підтверджені заявником фотографіями з прикладами розміщення в Україні продукції під знаком  на автозаправних станціях, станціях техобслуговування, автомагазинах, авторинках, а також зразками сувенірної продукції.





Продукція під знаком  перевозиться по дорогах України в спеціальних фірмових вантажних автотрейлерах, на яких нанесений відповідний знак. Поряд з цим, з огляду на те, що продукція під знаком  призначена саме для водіїв автотранспорту, а найбільш популярне місце для цієї категорії споживачів - це автошляхи, то рекламні борди з самого початку просування продукції  розміщуються на автострадах та автошляхах міжміського сполучення. Реклама 


розміщується також на міських та приміських автобусах, маршрутних таксі тощо.

Продукція під знаком  постійно бере участь у міжнародних виставках, автосалонах та інших спеціальних заходах, які проводяться для фахівців. Проводяться спеціальні навчальні заходи (семінари) для дилерів.

Публікації про продукцію  містяться в масових та спеціальних виданнях, зокрема, таких, як корпоративний журнал "ТВОЙ", "Авто-Центр", "АвтоЕксперт", та інші. (2006 - 2010).

За результатами дослідження колегія приходиться до висновку, що оскільки знак  на 01.06.2008 інтенсивно використовувався в Україні і в світі, перейнявши на себе високу репутацію та відомість свого

попередника - знака , а також з огляду на те, що знак  використовується для спеціальних товарів автохімії, що в значних обсягах та у широкому асортименті були в наявності на території України, знак  має високу ступінь своєї відомості та визнання серед осіб, які пов'язані з автотранспортом. Про це свідчить і звіт "Оценка известности торговой марки  в Украине", підготовлений дослідницькою компанією "Бюро Статистического Анализа", який був проведений у повній відповідності з вимогами пп. 3.2.3 Порядку визнання знака добре відомим в Україні Апеляційною палатою Державної служби інтелектуальної власності України, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 15.04.2005 № 228.


Метою проведення зазначеного дослідження було визначення і оцінка рівня відомості торговельної марки  серед споживачів в Україні. В якості методу соціологічних досліджень було обрано вибіркове інтроспективне інтерв'ювання, яке проводилось у 6 (шести) великих містах України (Київ, Харків, Херсон, Чернівці, Черкаси, Дніпропетровськ).

Відповідно до п. 2 ст. 25 Закону: "При визначенні того, чи є знак добре відомим в Україні, можуть розглядатися, зокрема, такі фактори, якщо вони є доречними, зокрема, ступінь відомості чи визнання знака у відповідному секторі суспільства. Згідно з § 2 (а) статті 2 Рекомендацій ВОІВ приймаючи до уваги сектори суспільства включають, при цьому не обов'язково обмежуючись ними, наступні:

- (i) фактичні і/або потенційні споживачі того виду товарів і/або послуг, для яких використовується знак;
- (ii) особи, які беруть участь у забезпеченні каналів розповсюдження того виду товарів і/або послуг, для яких використовується знак;
- (iii) ділові кола, які займаються тим видом товарів і/або послуг, для яких використовується знак.

Згідно з § 2 (b) статті 2 Рекомендацій ВОІВ, якщо в якій-небудь державі – члене добра відомість знака встановлена щонайменше в одному із

відповідних секторів суспільства, цей знак розглядається цією державою-членом в якості добре відомого знака.


Оскільки знак  використовується для товарів, пов'язаних із автомобільним транспортом, то доречне коло споживачів пов'язане саме із специфікою відповідних товарів. В основному це чоловіки від 25 до 45 років, зокрема, такі групи населення:




фахівці, які беруть участь у обслуговуванні транспортних засобів;


фахівці, які займаються розповсюдженням цих товарів, дистриб'юторів оптових партій товару, консультантів і продавців спеціалізованих магазинів і супермаркетів, фахівці на станціях техобслуговування, на автозаправках тощо;



власники і водії транспортних засобів.

Опитування проводилося серед чоловіків (90%) і жінок (10%), споживачів автотоварів і автохімії, автоволодільців, а також осіб, які мають відношення до автобізнесу, автоторгівлі, автообслуговування та автовиробництва. В категорію споживачів увійшли володільці та водії автотранспорту, які самостійно займаються вибором та заміною автомасла та автохімії. До категорії експертів були віднесені продавці спеціалізованих точок продажу автомасел і автохімії на ринках, окремо стоячих пунктів заміни масел, і на автозаправках; продавці автомагазинів, автокіосків; працівників СТО і автобаз - автомеханіки, автослюсаря, мотористи, дизелісти; володільці, директора СТО середніх і малих - відповідальні за вибір марки масла для продажу і заміни на точці; працівники шиномонтажів, які здійснюють у себе заміну масел чи їх продаж.





Результати дослідження показали, що знак  є відомим кваліфікованій більшості дорослого населення України, а саме 62,3 % від загальної кількості респондентів. При цьому, серед експертів відповіли позитивно, що знають зазначений знак – 68,2%, а серед покупців і автовласників таку відповідь дали 58,1% респондентів.



Більшість опитаних (53,1%) з тих, хто знає знак  відповіли, що знають його з початку 2000 року. З огляду на те, що знак  почав використовуватись з 2008 року, така відповідь більшості опитаних підтверджує те, що споживачі сприймають знак  нерозривно із




знаком  і повністю асоціюють та пов'язують ці знаки між собою.

Споживачі називали кілька категорій товарів . 47,3 % із респондентів, які знають , вказували на "моторні масла". На другому місці були зазначені "охолоджуючі рідини, антифризи та гальмові рідини" – 34,7%.

Більше половини респондентів (57%) дізнались про неї по рекомендації в місцях продажу, на СТО та автозаправках. На другому місці серед джерела інформації про ТМ згадувалась реклама в газетах та спеціалізованих виданнях (24,2%).


70,4% серед тих, хто знає і  , і  назвали країну-виробника - Російська Федерація. 53,6%, підтвердили, що позначення  має відношення до лінійки товарів .

Отже, результати соціологічного дослідження показали, що знак , який використовується для товарів, пов'язаних з автохімією, відомий більшості доречного кола споживачів України, а саме 62,3 %, при цьому більшість опитаних (53,1%) зазначили, що знають цю марку від 10 років і більше. 63% опитаних, які знають знак  ототожнюють її з російським виробником. Серед всіх респондентів, які вказали країну походження, найбільш часто вказувався заявник.

За результатами дослідження, аналізу та оцінки документів та матеріалів колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що заява заявника підлягає задоволенню. Документи та матеріали, надані заявником, свідчать про те, що знак  на 01.06.2008 став відомим широкому колу споживачів в Україні, мав добру репутацію серед них та високу розрізняльну здатність стосовно товарів, що виробляються заявником. Доводи заявника є обґрунтованими, а документи та матеріали, які містяться у справі, є належними та допустимими доказами, що доводять наявність факторів для визнання знака  добре відомим в Україні для заявлених товарів та послуг станом на 01.06.2008. Серед вказаних факторів є наявними: висока ступінь відомості та визнання знака серед осіб, що пов'язані з автомобільним транспортом, та тривалий час, значний обсяг і широкий географічний район використання та просування знака .

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 для товарів і послуг  добре відомим в Україні станом на 01.06.2008 відносно заявника - Откритого акціонерного общества "Пушкінській завод" для наступних товарів:

1 класу МКТП: «антифризи, гальмові рідини, охолодники (охолоджувальні рідини) для двигунів транспортних засобів, рідини до гідравлічних систем, рідини трансмісійні»;

3 класу МКТП: «розчини для миття вітрового (переднього) скла»;

4 класу МКТП: «мастильні жири; мастильні матеріали; мастильні оливи, мастильно-охолоджувальні рідини, моторні оливи, технічні жири (мастила), технічні оливи».

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

Головуючий колегії

В. С. Дмитришин

Члени колегії

Л. Г. Запорожець

А. О. Каташева

О. В. Саламов

В. М. Ресенчук