

# ДЕРЖАВНА СЛУЖБА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ УКРАЇНИ АПЕЛЯЦІЙНА ПАЛАТА

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

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

## Р І Ш Е Н Н Я

29 травня 2012 року

Колегія Апеляційної палати Державної служби інтелектуальної власності України, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Дмитришина В.С. від 30.04.2012 № 40 у складі головуєчого Дмитришина В.С. та членів колегії Ресенчука В.М., Саламова О.В., Теньової О.О., Ніколаєнко Т.В., розглянула заяву Товариства з обмеженою відповідальністю "Амальгама Люкс" про визнання зображувального знака добре відомим в Україні.

Розгляд заяви здійснювався на засіданні колегії Апеляційної палати 20.05.2012.

На засіданні був присутній представник заявника – патентний повірений Білицький П.В.



Зображення знака: "  ".

Аргументація заявника:

Заявник – Товариство з обмеженою відповідальністю "Амальгама Люкс" (далі – ТОВ "Амальгама Люкс") просить визнати зображувальний знак добре відомим в Україні відносно товарів 3 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг (далі – МКТП): "креми косметичні для рук рідкі" станом на 1 січня 2006 року.

До заяви надана інформація (документи), яка, на думку заявника, свідчить про добру відомість в Україні зображувального знака, а саме:

1. Копія довідки Державного архіву Миколаївської області від 26.11.2002 № 04-09/33 стосовно надання історичної довідки голові правління Відкритого акціонерного товариства Миколаївського парфумерного косметичного комбінату "Алые паруса" (далі – ВАТ МПКК "Алые паруса") (додаток № 1);

2. Копія переліку продукції, яку випускає ВАТ МПКК "Алые паруса", станом на 01.05.1970 (додаток № 2);
3. Копія книги рецептур кремів, які діють з 15.01.1986, Всесоюзного промислового об'єднання по виробництву парфюмерно - косметичних виробів, синтетичних запашних речовин та ефірних масел (додаток № 3);
4. Копія витягу із книги (Творим красоту / Н.В.Короткая, Н.С.Корнило, Ю.И.Ростиянов. – Одесса: Маяк, 1986, 56 с.: ил. – (Б-ка передового опыта. Передовые предприятия) (додаток № 4);
5. Копія "Производственного технологического регламента на производство жидких кремов" ВАТ МПКК "Алые паруса", 1986 (додаток № 5);
6. Копія каталогу продукції, що випускається ВАТ МПКК "Алые паруса" (додаток № 6);
7. Приклади продукції з нанесеними на неї етикетками (додаток № 7);
8. Копія договору контрактного виробництва готової продукції від 03.01.2005 між ТОВ "Амальгама Люкс" та ВАТ МПКК "Алые паруса" та копії актів прийому-передачі готової продукції (додаток № 8);
9. Копія свідоцтва № 49946 на знак для товарів і послуг, який зареєстровано відносно товарів 6, 16 та послуг 35 класів Міжнародної класифікації товарів і послуг (далі – МКТП) (додаток № 9);
10. Копії листів оргкомітетів національних і міжнародних рейтингів щодо відзначення ТОВ "Амальгама Люкс" різними винагородами (додаток № 10);
11. Копія витягів з Протоколу відпускних цін на продукцію виробництва ТОВ "Амальгама Люкс" за 2011-2012 роки (додаток № 11);
12. Роздруківки сторінок сайтів з мережі Інтернет (додатки № 12-19);
13. Копія технічного звіту по вибірковому опитуванню жінок-споживачів кремів для рук; копія лінійного розподілу відповідей жінок-споживачів кремів для рук на запитання анкети; копія опитування споживачів на знання продукції ТОВ "Амальгама Люкс" та ТОВ "Вельта-Косметік" (додаток № 20);
14. Копії сертифікатів відповідності; висновків санітарно-гігієнічної експертизи; посвідчення якості; технічного паспорту на рідкий крем для рук; технологічної інструкції на виготовлення рідкого крему для рук; висновків державної санітарно-епідеміологічної експертизи; санітарно-епідеміологічних висновків (додаток № 21);
15. Копії свідоцтв про присвоєння товару "Крем для рук рідкий" ідентифікаційного номера в міжнародній системі EAN UCC (додаток № 22);
16. Копії протоколів мікробіологічних випробувань (додаток № 23);
17. Копія бухгалтерської довідки щодо обсягу продажів продукції ТОВ "Амальгама Люкс" протягом 2004-2012 років (додаток № 24);
18. Копія бухгалтерської довідки щодо розповсюдження товару на території України та за кордоном протягом 2004-2012 років (додаток № 25);

19. Копія бухгалтерської довідки щодо розповсюдження товару контрагентами на території України та за кордоном протягом 2004-2012 років (додаток № 26);

20. Копія бухгалтерської довідки щодо питомої ваги випуску продукції ТМ "Жидкий крем для рук" в асортименті загального обсягу випуску продукції ТОВ "Амальгама Люкс" (додаток № 27);

21. Копії фотографій реклами крему "Жидкий крем для рук" (додаток № 28);

22. Копія зображення календаря (додаток № 29);

23. Копія статті "Косметический бестселлер", яка опублікована в різних друкованих виданнях, щодо крему "Жидкий крем для рук" (додаток № 30-31);

24. Копія роздруківок сторінок сайтів з мережі Інтернет (додаток № 32);

25. Копія бухгалтерської довідки щодо витрат на рекламу ТМ "Жидкий крем для рук" протягом 2008-2012 років (додаток № 33);

26. Копії актів здачі – прийняття робіт (надання послуг) щодо участі ТОВ "Амальгама Люкс" у різних виставках (додаток № 34);

27. Копії свідоцтв на зображувальний знак у вигляді жіночої руки та на знаки, які містять зображувальний знак як елемент (додаток № 35 - 37);

28. Копія Звіту про оцінку майнових прав на знаки для товарів і послуг, які належать ТОВ "Амальгама Люкс" (додаток № 38);

29. Копія претензій та заяв щодо відстоювання прав на знак (додаток № 39).

Листом від 03.05.2012 вх. № 6596 заявником надіслано доповнення до заяви, які містять відомості щодо дії свідоцтв № 49946, 76242 на території України.

Листом від 29.05.2012 вх. № 7920 заявником були надіслані додаткові матеріали на користь визнання зображувального знака добре відомим в Україні, зокрема:

1. Копія договору від 08 серпня 2004 року № ПП-405 про передачу прав на одержання свідоцтва України на знак для товарів і послуг між ТОВ "Амальгама Люкс" та ВАТ МПКК "Алые паруса" (додаток № 40);

2. Копія гарантійного листа від 09.03.2005 від ВАТ МПКК "Алые паруса", в якому зазначено, що ТОВ "Амальгама Люкс" є правонаступником ВАТ МПКК "Алые паруса" в частині володіння і користування правами на позначення за заявкою № 2004043784, на знак за свідоцтвом № 37347 (додаток № 41);

3. Копія повідомлення в газеті "Урядовий кур'єр" № 61 від 5 квітня 2007 року, в якому зазначено про те, що Господарським судом Миколаївської області порушено провадження у справі про банкрутство ВАТ МПКК "Алые паруса" та копія витягу з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців, в якому зазначено, що ВАТ МПКК "Алые паруса" припинило свою діяльність (додаток № 42);

4. Копія бібліографічних даних свідоцтв № 59875 на знак "Алые паруса, комб.", № 59876 на знак "Алые паруса, комб.", в яких зазначено, що власником прав на знаки є ТОВ "Амальгама Люкс" (додаток № 43);
5. Копія повідомлення щодо місць продажу товарів ТОВ "Амальгама Люкс", які містять зображувальний знак у вигляді жіночої руки, на території України (додаток № 44);
6. Копії етикетки рідкого крему для рук виробництва ВАТ МПКК "Алые паруса" за 2000 рік (додаток № 45);
7. Копія постанови Господарського суду Миколаївської області від 15.08.2007 у справі № 14/352/06 про визнання банкрутом ВАТ МПКК "Алые паруса" та відкриття ліквідаційної процедури (додаток № 46);
8. Копія ухвали Господарського суду Миколаївської області від 10.07.2008 у справі про банкрутство ВАТ МПКК "Алые паруса", в якій судом прийнято рішення про ліквідацію ВАТ МПКК "Алые паруса" (додаток № 47);
9. Копії свідоцтв № 37347, 59875, 59876 на знаки "Алые паруса, комб." (додаток № 48);
10. Копія листа ТОВ "Амальгама Люкс" від 21.05.2012 № 375/1 щодо географічного району просування товарів, які містять у етикетці знак у вигляді жіночої руки (додаток № 49);
11. Роздруківки сторінок сайтів з мережі Інтернет (додаток № 50);
12. Копія актів здачі-приймки виконаних робіт щодо розміщення реклами продукції в газетах (додаток № 51).

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

За результатами дослідження та аналізу доказів і пояснень колегія Апеляційної палати встановила наступне.

Зображувальний знак у вигляді жіночої кисті вперше був розроблений та почав використовуватися для товарів - креми косметичні для рук рідкі на початку 60-х років двадцятого століття Відкритим акціонерним товариством "Миколаївський парфумерно-косметичний комбінат "Алые Паруса", що підтверджується витягом із історичної довідки "Історія Миколаївського парфумерно-косметичного комбінату "Алые Паруса", яку було надано Державним архівом Миколаївської області (додаток № 1).

З 1961 року зображувальний знак у вигляді жіночої кисті використовувався безперервно на товарах 03 класу МКТП: креми косметичні для рук рідкі, що підтверджується витягом із історичної довідки.

В книзі "Створюємо красоту" (додаток № 4) зазначається, що у рідкого крему для рук виробництва ВАТ МПКК "Алые Паруса" немає конкурентів не тільки за критерієм ефективності як засобу по догляду за шкірою рук, а й як засобу для реставрації старинних картин. Також у цій книзі зазначалося, що ВАТ МПКК "Алые Паруса" неодноразово приймало участь та експонувало свою парфумерно-косметичну продукцію на міжнародних спеціалізованих

виставках, які проводилися у СРСР, зокрема, у Москві на Виставці досягнень народного господарства (ВДНГ), а також за кордоном - Народній Республіці Болгарії, Германській Демократичній Республіці, Корейській Народно-Демократичній Республіці, Монгольській Народній Республіці, Польській Народній Республіці, Алжирі, Канаді та Туреччині.

Зображення кисті жіночої руки застосовувалося на різних за кольором фонах етикеток.

Спочатку використовувалося зображення кисті жіночої руки, оточене стрічкою, що містило словесний напис "Жидкий крем для рук" на бузковому фоні. З часом дизайн етикетки було змінено, та те саме зображення кисті жіночої руки було розміщено в центрі овалу на білому фоні. Пізніше, ВАТ МПКК "Алые Паруса" розробило дизайн, в якому зображення жіночої кисті було розміщено на зеленому фоні. ТОВ "Амальгама Люкс" змінювало фон, але незмінним залишалося зображення кисті жіночої руки.

Заявник – ТОВ "Амальгама Люкс", починаючи з 2004 року, купувало у ВАТ МПКК "Алые Паруса" оптом косметичну продукцію, у тому числі, креми косметичні для рук рідкі, для реалізації на території України. Після укладання договору контрактного виробництва готової продукції від 03.01.2005 між ТОВ "Амальгама Люкс" та ВАТ МПКК "Алые паруса" заявник з січня 2005 року розпочав виробляти креми косметичні на базі потужностей ВАТ МПКК "Алые Паруса", а пізніше – на власних потужностях.

У 2005 році ТОВ "Амальгама Люкс" одержало свідоцтво України № 49946 (Додаток № 9) на комбінований знак для товарів і послуг, в якому зображення кисті жіночої руки є домінуючим, для товарів 03 класу МКТП: креми для рук.

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

Відповідно до частини першої статті 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.

Відповідно до пункту 2 статті 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.

Відповідно до статті 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), 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.

Для визначення того, чи є зображувальний знак у вигляді жіночої кисті добре відомим в Україні станом на 1 січня 2006 року, колегією Апеляційної палати були розглянуті, зокрема, такі фактори та фактичні обставини:

### **1. Ступінь відомості чи визнання знака у відповідному секторі суспільства.**

Враховуючи положення параграфу 2 (а) статті 2 Рекомендації щодо визначення доречного сектору суспільства, в якому знак є добре відомим, фактичними та потенційними споживачами є жінки віком від 15 до 65 років; особи, які беруть участь у забезпеченні каналів розповсюдження товару (зокрема, працівники супермаркетів, аптек, спеціалізованих кіосків, ринків тощо); працівники підприємств, які займаються дистрибуцією, розповсюдженням та просуванням цієї продукції; професійні кола, діяльність яких пов'язана із наданням косметологічних послуг та дослідженням характеристик косметичних засобів; спеціалісти державних органів стандартизації та сертифікації; фахівці, які беруть участь у виставках, ярмарках; працівники підприємств, які випускають упакування, розробляють дизайн упакування, розробляють рекламну продукцію, надають послуги з рекламування тощо.

Найбільш доречним і широким сектором суспільства для цього знака є – жінки, професіонали, діяльність яких пов'язана із наданням косметологічних послуг, та особи, які здійснюють продаж косметологічної продукції.

На підтвердження високого ступеня відомості зображувального знака серед доречного кола споживачів заявником надано результати соціологічного дослідження, проведеного інформаційно-аналітичною агенцією "STATINFORM CONSULTING" серед жінок віком від 25 до 55 років (додаток № 20).

Відповідно до цього дослідження переважна більшість респондентів добре обізнана з кремами для рук, маркованими зображувальним знаком, (в

середньому – 62,2 % опитаних). Виробником рідкого крему для рук, який містить на етикетці зображувальний знак у вигляді жіночої кисті 61,14% опитаних назвали ТОВ "Амальгама Люкс".

Матеріали, надані заявником, підтверджують, що косметичні засоби, в тому числі рідкий крем для рук, маркований зображувальним знаком, є відомими в Україні та країнах СНД завдяки тривалій виробничо-комерційній діяльності ВАТ МПКК "Алые Паруса", а також завдяки зусиллям виробництва ТОВ "Амальгама Люкс". Зображувальний знак асоціюється у потенційних споживачів з особою заявника, що підтверджується інформацією у відповідних Інтернет-ресурсах (додатки № 12-19, 32), соціологічних дослідженнях (додаток № 20).

З огляду на зазначене, колегія Апеляційної палати вважає, що заявником доведено факт того, що зображувальний знак у вигляді жіночої кисті є добре відомим доречному колу споживачів на території України. Також заявник довів, що продукція, маркована цим знаком, отримали визнання у відповідному секторі суспільства.

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

Використання зображувального знака у вигляді жіночої кисті розпочалось у 60-х роках двадцятого століття ВАТ МПКК "Алые Паруса". Цей знак використовувався ВАТ МПКК "Алые Паруса" безперервно до кінця 2005 року, а з початку 2004 року зображувальний знак почав одночасно використовуватися і ТОВ "Амальгама Люкс", яке продовжує його використовувати до сьогоднішнього дня.

У якості підтвердження активного та тривалого використання знака заявником надано бухгалтерські довідки, відповідно до яких ТОВ "Амальгама Люкс" з 2004 року по перший квартал 2012 р. було вироблено та реалізовано продукції - крем "Жидкий крем для рук" із застосуванням зображувального знака кількістю 7286179 шт. на загальну суму 27501 тис. грн. При цьому обсяг продажів продукції, яка маркується зображувальним знаком у вигляді жіночої кисті, за кордон за цей період склав 160 298 шт. на суму 476,5 тис. грн., а на території України обсяг продажів склав 7125881 шт. на суму 27 024,8 тис. грн. (додаток 24).

Реалізація продукції, маркованої зображувальним знаком, здійснюється у двадцять п'ять областей України, а також у Російську Федерацію, Молдову, Грузію, Вірменію, Азербайджан, Казахстан, Республіку Білорусь, Литовську Республіку (додаток № 25).

На підтвердження активного просування знака в різні географічні райони України та інші країни заявником надано копії сертифікатів, сертифікації продукції, маркованої зображувальним знаком, в органах державної влади, зокрема в Україні, Росії, Білорусії, Казахстані тощо (додаток № 21).

Таким чином, колегія Апеляційної палати встановила, що надані заявниками документи свідчать про те, що використання зображувального знака у вигляді жіночої кисті є тривалим, значним за обсягом та географічним поширенням.

**3. 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.**

Добра відомість зображувального знака певним чином досягнута завдяки активній рекламній діяльності заявників. Так, від самого початку використання знака ТОВ "Амальгама Люкс" проводяться масштабні інформаційна та рекламна кампанії, що включають, як безпосередньо рекламні дії, спрямовані на просування, так і публікації у засобах масової інформації, участь у різноманітних заходах та конкурсах з метою інформування представників громадськості стосовно товарів, які реалізуються/надаються з використанням зображувального знака.

Для просування свого знака на ринку, зокрема серед населення України, ТОВ "Амальгама Люкс" веде постійну рекламну підтримку різноманітними засобами зовнішньої та внутрішньої реклами в різних регіонах України, а саме: розміщення рекламних матеріалів на спеціальних конструкціях (додаток № 29); листівках, буклетах, календарях (додаток № 28); у друкованих засобах масової інформації, зокрема, таких як журнал жіночий щомісячний журнал "Легко худеем"; газета "Теленеделя", № 17, 21 квітня-27 квітня 2008; газета "Телескоп", № 43, 22 жовтня - 28 жовтня 2008 та № 16 -22 квітня; брошура мережі магазинів "EVA" № 4, 26.02.-18.03.2009 та № 15, 03.11.-23.11.2011; журнал "Поліна" від 07-13 травня; брошура "Комильфо"; газета мережі супермаркетів "Таврия В" № 20 від 02.06-09.06-2008; прайс-лист сервісної компанії "БадМ" 2009 рік; брошура супермаркету "Пиппо"; брошура "Експерт покупок", лютий 2012; брошура супермаркету "Океан" 2007-2009 роки; рекламно-інформаційний щотижневик "Класс супермаркет", № 16 від 17 квітня 2009; брошури супермаркету "Target"; брошура "Чистый дом" № 11, 2008 та 4, 2009; журнал "Diva", листопад 2008; газета "Домашняя газета" № 12 від 28.06.2006; газета "Добрый вечер" № 19 від 11.05.2006; газета "Горожанин и Горожанка" від 24.11.2005; газета "ГОРОДОК" № 48 від 14.12.2005; газета "Ваша помощница" № 61, грудень 2005, тощо (додаток № 31), а також в мережі Інтернет (додатки № 12-19).

Загалом на рекламу продукції із застосуванням зображувального знака у вигляді жіночої кисті за період 2004-2012 роки заявником було витрачено близько 262753,03 грн. (додаток № 33).

У 2004-2012 роках продукція із застосуванням зображувального знака у вигляді жіночої кисті регулярно експонується на виставках-ярмарках, таких як виставка – ярмарка "Новогодняя ярмарка", яка проходила 24-28 грудня 2004; виставка – ярмарка "Миколаївщина – до Дня Конституції"; виставка



"Николаев-2005", яка проходила 8-10 вересня 2005 року; виставка "Рождественский серпантин", які проходили 26-30 грудня 2005, 26-30 грудня 2006 та 21-25 грудня 2007 років; універсальні виставки - ярмарки "Мир женщин", які проходили 2-5 березня 2005, 1-5 березня 2006 та 2-6 березня 2007 років (додаток № 34).

Відповідно до додатку до бухгалтерської довідки щодо витрат на рекламу заявником протягом 2005-2012 років проводилося рекламування продукції, маркованої зображувальним знаком у вигляді жіночої кисті, а саме: переробка дизайну етикетки для туби "Жидкий крем для рук"; розміщення реклами в газеті "Норма", "проспект", "Гривна", "Телеканал", "Объявления Крыма", "Городок", "Виза", "Харьков реклама", "Товары и услуги. Розница", "Горожанин и Горожанка", "Асортти", "Пресс-курьер", "Добрый вечер", "Место", "Киев на ладонях", "Теленеделя", "Комсомольская правда", "Реклама нед." (Запорожье), "33 канал", "Предместье Киев", "Деснянская правда", "Семь дней", "Симон", "Интерес", "Риатон", "Телескоп", "Теленеделя", ТВ "Всесвіт", "Донецкие новости"; промисловий дизайн скляного флакона, дизайн етикетки флакона; просування товару в різних торговельних точках: мережа супермаркетів "Караван", мережа магазинів ООО "Ален", мережа магазинів "Чистый дом", мережа магазинів "EVA", мережа магазинів "Простор", мережі аптек "Медсервис"; проведення фото сесії асортиментної лінійки товару; розробка рекламного плакату та брошур; розробка та флеш-анімація рекламного Інтернет - банеру "Приручаем и обучаем - Жидкий крем для рук" (русская и английская версия); розробка рекламного постера "Косметический бестселер - Жидкий крем для рук" тощо (додатки № 30-31).


ТОВ "Амальгама Люкс" та його продукція, маркована зображувальним знаком, було неодноразово відзначено винагородами, а саме: переможець рейтингу 2008 року у номінації "НАДІЙНИЙ І СТАБІЛЬНИЙ ПАРТНЕР" з присвоєнням Почесного звання "ЛІДЕР ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ"; одержання диплому "ЗНАК ЯКОСТІ" для маркування продукції; VI місце в Національному рейтингу якості серед виробників згідно з НПП 24.52.15 "Засоби косметичні для догляду за шкірою, крім лікарських, засоби захисні, включаючи засоби від сонячних опіків" та НПП 24.52.17 "Засоби для волосся, інші"; відзнака "ТОВАРОВИРОБНИК РОКУ 2010"; відзнака "ПІДПРИЄМСТВО РОКУ 2010"; відзнака "Лідер галузі 2011"; відзнака "Експортер року" (додаток № 10).

Колегія Апеляційної палати відзначає, що надані заявником відомості свідчать про здійснення значних заходів з оприлюднення та просування зображувального знака протягом тривалого часу на території України та за її межами.


**4. Тривалість та географічний район будь-яких реєстрацій та/або заявок на реєстрацію знака за умови, що знак використовується чи є визнаним.**

Заявник є власником наступних знаків для товарів і послуг:




знак "  " за свідоцтвом України № 49946, який зареєстровано відносно товарів 6, 16 та послуг 35 класів МКТП;




знак "  " за свідоцтвом України № 76242, який зареєстровано відносно товарів 3 класу МКТП;



знак "  " за свідоцтвом Російської Федерації № 405995, який зареєстровано відносно товарів 3 класу МКТП;



знак "  " за свідоцтвом Російської Федерації № 405996, який зареєстровано відносно товарів 3 класу МКТП.

На підставі наведених вище доказів щодо здійснення реєстрацій знаків з використанням зображувального знака у вигляді жіночої кисті, колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що заявники здійснюють достатні заходи щодо реєстрацій своїх знаків в Україні та за її межами.

### **5. Цінність, що асоціюється зі знаком.**

Надані заявником документи та матеріали свідчать про популярність та високий рівень довіри споживачів до товарів, що реалізуються із використанням зображувального знака у вигляді жіночої кисті.

Цінність, що асоціюється з зображувальним знаком, підтверджується Звітом про оцінку майнових прав на знаки для товарів і послуг, які належать ТОВ "Амальгама Люкс" станом на 10.12.2010, виконаного Товариством з обмеженою відповідальністю "Фінпрайс".

У висновку експерта про вартість об'єкта незалежної оцінки зазначено, що його програмною ціллю є визначення ринкової вартості об'єкта оцінки з

метою відображення в бухгалтерському обліку, яка станом на 10.12.2010 становить:

свідоцтво на товарний знак (знак обслуговування) № 405995 від 12.04.2010 – 14476,67 грн. (без ПДВ);

свідоцтво на товарний знак (знак обслуговування) № 405996 від 12.04.2010 – 24126,67 грн. (без ПДВ);

свідоцтво на знак для товарів і послуг № 76242 від 15.11.2005 – 887079,72 грн. (без ПДВ);

свідоцтво на знак для товарів і послуг № 49946 від 09.04.2004 – 1774159,44 грн. (без ПДВ).

## **6. Свідчення успішного відстоювання прав на знак**

Колегія Апеляційної палати також взяла до уваги відомості заявника щодо випадків недобросовісної конкуренції, пов'язаної з неправомірним використанням зображувального знака та паразитування суб'єктів господарювання на його відомості.

В друкованих виданнях (додаток № 31) міститься інформація від ТОВ "Амальгама Люкс" з проханням повідомляти про незаконне використання знака "Жидкий крем для рук" у разі його виявлення в мережах магазинів в скляній або іншій видах упаковки (наприклад, поліетиленовий флакон у формі гітари), які не відповідають якостям відомого товару.

Заявником надана інформація про направлення претензії від 14.06.2005 № 271 СПД ФО Бондареву В.В. В претензії зазначено про те, що ТОВ "Амальгама Люкс" є виключним дистриб'ютором ВАТ МПКК "Алые паруса" на території України і за кордоном, тому заявник вимагає припинити дії, які порушують права власника свідоцтва (додаток № 39).

До того ж заявником протягом 2006-2007 років направлено ряд заяв до Управління Міністерства внутрішніх справ України стосовно порушення прав ТОВ "Амальгама Люкс" групою осіб, які діють в Одеській, Харківській та Київській областях, на підставі яких було відкрито судові провадження та здійснено розслідування.

Враховуючи надані матеріали, колегія Апеляційної палати зазначила, що ТОВ "Амальгама Люкс" намагається всіма можливими правовими засобами боротися з порушниками прав на знак, надсилаючи порушникам претензії із вимогою припинити недобросовісне використання, звертаючись до компетентних органів за захистом своїх порушених прав (додаток № 39).

Колегія Апеляційної палати погоджується з доводами заявників, що зображувальний знак у вигляді жіночої кисті набуло цінність серед споживачів та позитивну суспільну репутацію.

За результатами дослідження, аналізу та оцінки, наданих заявниками, документів та матеріалів колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що прохання заявників підлягають задоволенню.

Колегія Апеляційної палати вважає, що доводи заявника є обґрунтованими, а документи та матеріали, які містяться у справі, є належними та достатніми доказами для визнання зображувального знака у вигляді жіночої кисті добре відомим в Україні для товарів 3 класу МКТП: "креми косметичні для рук рідкі".

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 зображувальний знак добре відомим в Україні відносно Товариство з обмеженою відповідальністю "Амальгама Люкс" для товарів 3 класу МКТП: "креми косметичні для рук рідкі" станом на 1 січня 2006 року.

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

Головуючий колегії

В.С.Дмитришин

Члени колегії

В.М.Ресенчук

О.В.Саламов

О.О.Теньова

Т.В.Ніколаєнко