

**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**

10 серпня 2012 року

Колегія Апеляційної палати Державної служби інтелектуальної власності України, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Дмитришиним В.С. від 10.07.2012 № 64 у складі головуючого – Дмитришина В.С. та членів колегії – Запорожець Л.Г., Кулик О.С., Постоялкіної О.В., Саламова О.В., розглянула заяву Публічного акціонерного товариства «Київський вітамінний завод» про визнання знака «КОРВАЛМЕНТ» добре відомим в Україні станом на 31 грудня 2011 року.

Розгляд заяви здійснювався на засіданні колегії Апеляційної палати 30.07.2012 та 10.08.2012.

Представники заявника – Іщук М.М., Васьковська Т.А.

Зображення знака:

**КОРВАЛМЕНТ**

**Аргументація заявника:**

Заявник – Публічне акціонерне товариство «Київський вітамінний завод» (далі – ПАТ «Київський вітамінний завод») просить визнати знак «КОРВАЛМЕНТ» добре відомим в Україні відносно товарів 5 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг (далі – МКТП): «заспокійливі препарати; ліки для людини; фармацевтичні препарати» станом на 31 грудня 2011 року.

Листом від 09.08.2012 вх.№12014 заявник уточнив перелік товарів, виклавши їх у наступній редакції: «визнати знак «КОРВАЛМЕНТ» добре відомим в Україні з 31.12.2011 р. щодо товарів 5 класу МКТП: «кардіологічні лікарські засоби заспокійливої (седативної) та спазмолітичної дії».

До заяви додані документи, які, на думку Заявника, свідчать про добру відомість в Україні знака «КОРВАЛМЕНТ» станом на 31 грудня 2011 року, а саме:

1. Зображення знака (Додаток № 1).

2. Статут Публічного акціонерного товариства «Київський вітамінний завод» (Нова редакція) (Додаток № 2).
3. Свідоцтво України № 29410 на знак для товарів і послуг «КОРВАЛМЕНТ» (Додаток № 3).
4. Реєстраційне посвідчення № Р.03.01/02938 від 30.03.2001 року на лікарський засіб під назвою «КОРВАЛМЕНТ» (Додаток № 4).
5. Фармакопейна стаття від 10.11.2001 року про лікарський засіб «Корвалмент» капсули виробництва АТ «Київський вітамінний завод» (Додаток № 5).
6. Висновок Державного підприємства «Український інститут промислової власності» про встановлення дати подання заявки на корисну модель «Спазмолітичний та седативної лікарський засіб у формі м'яких желатинових капсул» (Додаток № 6).
7. Дані Інтернет – видання «Аптека» <http://www.apteka.ua/article/8003> (Додаток № 7).
8. Звіт компанії ПП «Медікал Дата Менеджмент» «Про результати маркетингового дослідження рівня відомості знака «Корвалмент» серед фахівців та споживачів» (Додаток № 8).
9. Результати соціологічного дослідження, проведеного ТОВ «Тейлор Нельсон Софрез Україна» (Додаток № 9).
10. Рейтинг контрагентів за результатами поставок лікарських засобів під ТМ «Корвалмент» за 2010 рік (Додаток № 10).
11. Листи від дистриб'юторів ПАТ «Київський вітамінний завод» про реалізацію лікарських засобів під ТМ «Корвалмент» в регіонах України (Додаток № 11).
12. Дані про поставки ПАТ «Київський вітамінний завод» дистриб'юторам продукції – лікарського засобу під ТМ «Корвалмент» за період 2008-2011 рр. (Додаток № 12).
13. Копія Диплому «Препарат року» «Корвалмент» у щорічному конкурсі професіоналів фармацевтичної галузі України «Панацея 2010» (Додаток № 13).
14. Дані Інтернет – видання «Аптека» <http://www.apteka.ua/article/81895> (Додатки №№ 14-15).
15. Відомості про наявність зовнішньої реклами продукції, маркованої знаком «Корвалмент» (Додатки №№ 16-17).
16. Відомості про наявність реклами продукції, маркованої знаком «Корвалмент», на телебаченні та радіо (Додатки №№ 16-17).
17. Інформація про згадування знака «Корвалмент» у друкованих виданнях (Додатки №№ 18-19).
18. Звіт про розробку, організацію і проведення промоактивності для кінцевих споживачів лікарського засобу «Корвалмент», проведеного ТОВ «Рекламне агентство «ТВІГА» (Додаток № 20).
19. Дослідження рекламної активності ТМ «Корвалмент» на радіо, телебаченні та в пресі проведеного ТОВ «Комунікаційний альянс» (Додаток № 21).
20. Звіт про оцінку вартості майнових прав на об'єкти інтелектуальної власності – знаки для товарів і послуг ПАТ «Київський вітамінний завод», проведеного ТОВ «Нотінгем Хауз» (Додаток № 23).

21. Рекламні матеріали (брошури, листівки, CD-диск з рекламою та інше) (Додатки №№ 24–25).

Розгляд заяви про визнання знака «КОРВАЛМЕНТ» добре відомим в Україні здійснювався відповідно до статті 25 Закону України "Про охорону прав на знаки для товарів і послуг" (далі – Закон) та 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, а також з урахуванням Спільних рекомендацій відносно положень про охорону добре відомих знаків, що прийняті Асамблеєю Всесвітньої організації інтелектуальної власності (далі – ВОІВ) на тридцять четвертій сесії засідань Асамблей держав-членів ВОІВ 20-29 вересня 1999 р. (далі – Рекомендації ВОІВ).

Відповідно до статті 25 Закону охорона прав на добре відомий знак здійснюється згідно зі статтею 6bis 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 Рекомендацій 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.

Як зазначається в заяві, наданої Заявником, та підтверджується в доданих до заяви матеріалах, знак «КОРВАЛМЕНТ» використовується з 2001 року, є стабільним, успішним та набув високого ступеню довіри споживачів, що зробило його одним з лідерів продажу в Україні серед інших лікарських засобів серцево-заспокійливої (седативної) та спазмолітичної дії.

ПАТ «Київський вітамінний завод» відноситься до числа вітчизняних фармацевтичних підприємств - виробників лікарських засобів, які обрали шлях постійного удосконалення як якості продукції, що виготовляється, так і маркетингової стратегії. За багаторічну історію існування на ринку України ПАТ «Київський вітамінний завод» встигло зайняти лідируючі позиції з виробництва продуктів для спеціального дієтичного споживання біологічно активних харчових добавок та лікарських засобів та є абсолютним лідером у сегменті функціональної кардіології - препаратів серцево-заспокійливої

(седативної) дії, яким є лікарський засіб під торговельною маркою (назвою) «КОРВАЛМЕНТ».

ПАТ «Київський вітамінний завод» повністю відповідає вимогам, що висуваються до сучасного фармацевтичного виробника. Виробничий рівень ПАТ «Київський вітамінний завод» відповідає європейській системі якості – «НАЛЕЖНА ВИРОБНИЧА ПРАКТИКА (ОМР)».

ПАТ «Київський вітамінний завод» пройшов сертифікацію системи управління якістю на відповідність вимогам ДСТУ 130 9001:2000 та 130 9001-2001.

Для виробництва продукції ПАТ «Київський вітамінний завод» використовує високоякісні субстанції (активні фармацевтичні інгредієнти) таких відомих фірм як: «Roche Vitamins Europe Ltd.» (Швейцарія), «Merk», «GC Chemicalien» (Німеччина), «Rodia» (Велика Британія), «Galena» (Чехія), «Rexim S.A.», «Ogsan S.A» (Франція) та ін.

На дільницях по виробництву готових лікарських форм встановлено високотехнологічне обладнання європейських виробників «Manesty» (Велика Британія), «Zanussi», «Ronchi», «Marchesini Group» (Італія), «Glatt», «Korsh» (Німеччина). Для контролю якості продукції на підприємстві застосовуються передові технології та контрольо-аналітичне обладнання провідних світових виробників.

Колегія Апеляційної палати всебічно та повно дослідила документи та інші матеріали, які були надані заявником в якості доказів на підтвердження наявності факторів, що можуть впливати на визнання знака «КОРВАЛМЕНТ» добре відомим в Україні станом на 31.12.2011 р., та заслухала пояснення представників щодо наданих документів.

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

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

Відповідно до § 2(а) статті 2 Рекомендацій ВОІВ доречними секторами суспільства для цього знака є населення України віком від 45 до 65 років, а саме фахівці (лікарі та фармацевти) та їх пацієнти (споживачі препаратів з наявністю проблеми – болів у серці).

У додатку № 8 Заявником представлено «Звіт про результати маркетингового дослідження рівня відомості знака «Корвалмент» серед фахівців та споживачів», підготовлений компанією ПП «Медікал Дата Менеджмент». Компанія «Медікал Дата Менеджмент» має високу репутацію на ринку з проведення якісних і кількісних досліджень, як на місцевому, так і на національному рівнях. Дослідження проводились у таких містах: Київ, Харків, Львів, Одеса, Дніпропетровськ, Сімферополь. До цільової групи входили фахівці (фармацевти) та споживачі (чоловіки та жінки віком 45 – 65 років).

За результатами дослідження вибірка складала:

Цільова група	Кількість опитуваних					
	Київ	Львів	Харків	Дніпропетровськ	Одеса	Сімферополь
Фахівці	60	60	60	30	30	30
Споживачі	450	450	450	150	150	150

За результатами дослідження *серед фахівців* виявлено:

- рівень знання торговельної марки «Корвалмент», серед фахівців (фармацевтів), становить 100%;
- 92% фахівців знак «Корвалмент» відома як торгівельна назва фармацевтичного засобу від болю у серці, 49% фармацевтів охарактеризували торговельну марку «Корвалмент» як назву для заспокійливого засобу;
- 30% фармацевтів торгівельна назва «Корвалмент» відома як назва для препарату для лікування стенокардії. Крім того, 27% фармацевтів вважають торговельну марку «Корвалмент» назвою препарату для лікування неврозів;
- 80% фармацевтів знають торговельну марку «Корвалмент» від 1 до 5 років;
- основними джерелами інформації щодо знака «Корвалмент» для фармацевтів є медичні представники - 42%; 28% фармацевтів знає про торговельну марку «Корвалмент» завдяки рекомендаціям колег - працівників аптек;
- серед головних переваг лікарського засобу під торговельної маркою «Корвалмент» фармацевти відзначають зручну форму випуску -79%, низьку вартість -54%, високу якість - 48% и доступність в продажі - 44%;
- абсолютна більшість фахівців (фармацевтів) вказала, що власником знака «Корвалмент» є ПАТ «Київський вітамінний завод» - 98%;
- 52% фармацевтів бачили рекламу знака «Корвалмент» на телебаченні;
- з реклами фармацевтам краще за все запам'яталось те, що препарат під знаком «Корвалмент» є зручним у використанні та випускається в желатинових капсулах (18% та 13% відповідно).

За результатами дослідження *серед споживачів* виявлено:

- 98% опитаних пересічних споживачів віком від 45-65 років, що купували препарати від болю в серці протягом останнього півріччя, відповіли, що їм відомий знак «Корвалмент»;
- більшість споживачів - 83%, що знають торговельну марку «Корвалмент», вважають, що даний знак використовується як назва для фармацевтичного препарату від болю у серці. 43% споживачів характеризують торговельну марку «Корвалмент» як назву для заспокійливих засобів;
- 65% опитаних споживачів знають торговельну марку «Корвалмент» від 1 до 5 років;
- основними джерелами інформації щодо торговельної марки «Корвалмент» виступають рекомендації лікаря - 25%, рекомендації

співробітника аптеки - 25% і рекомендації знайомих та родичів - 24%. Завдяки рекламі про торговельну марку «Корвалмент» дізналися 20% споживачів;

- серед основних переваг препарату під торговельною маркою «Корвалмент» споживачі відзначають зручну форму випуску - 57%, низьку вартість - 41% і високу якість - 40%;

- серед опитаних споживачів, яким відома торговельна марка «Корвалмент» 55% вказало, що власником знака є ПАТ «Київський Вітамінний завод»;

- 55% споживачів бачили рекламу знака «Корвалмент» на телебаченні;

- з реклами 21% споживачів краще за все запам'яталося те, що препарат під знаком «Корвалмент» швидко діє та випускається в желатинових капсулах, а також те, що препарат є зручним у використанні -15% споживачів.

З огляду на вищезазначене, колегія Апеляційної палати вважає, що Заявником доведено факт того, що знак «КОРВАЛМЕНТ» є широко відомим доречному колу споживачів на території України. Також Заявник довів, що продукція, маркована знаком «КОРВАЛМЕНТ», отримала визнання у відповідному секторі суспільства.

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

Знак «КОРВАЛМЕНТ» інтенсивно використовується в Україні з 2001 р. і до цього часу.

На підтвердження тривалого активного та результативного використання на території України знака «КОРВАЛМЕНТ» Заявник надав наступні матеріали:

1. копію свідоцтва України № 29410 на знак для товарів і послуг «КОРВАЛМЕНТ» з пріоритетом від 16.11.2000 року (Додаток № 3);

2. копію реєстраційного посвідчення № Р.03.01/02938 від 30.03.2001 року на лікарський засіб під назвою «КОРВАЛМЕНТ» (Додаток № 4);

3. фармакопейну статтю від 10.11.2001 року про лікарський засіб «Корвалмент» АТ «Київський вітамінний завод» (Додаток № 5);

4. копію Диплома «Препарат року» «Корвалмент» у щорічному конкурсі професіоналів фармацевтичної галузі України «Панацея 2010» (Додаток № 13);

5. копії листів від провідних національних дистриб'юторів про реалізацію лікарського засобу під торговельною маркою «Корвалмент» в регіонах України, а саме:

- лист від ТОВ «ФРА-М», яке розповсюджує продукцію в 24 областях України та Автономній Республіці Крим;

- лист від ЗАТ «АЛЬБА-Україна», яке розповсюджує продукцію в 24 областях України та Автономній Республіці Крим;

- лист від ТОВ «Вента» ЛТД про наявність регіональних складів та реалізацію продукції в регіонах України;

- лист від СП «Оптіма-Фарм» ЛТД про наявність власних філій (складів) в обласних центрах України та реалізацію продукції в регіонах України (Додаток № 11);

Відповідно до заяви та відомостей ПАТ «Київський вітамінний завод» обсяг реалізованого лікарського засобу під знаком (назвою) «КОРВАЛМЕНТ» в період з 2008 – 2011 рр. (Додаток № 12) мав тенденцію стабільного зростання.

Роки	2008	2009	2010	2011
<b>Сума (грн.)</b>	9 548 943,52	25 271 690,12	45 964 653,35	60 348 853,83
<b>Кількість (шт/уп)</b>	4 162 237	5 668 490	9 110 570	9 618 853

Також, як вбачається зі статті видання «Аптека» від 02.04.2012 року «Здоров'є не купить, на болізни имеют свою цену». «Анализ потребления лекарственных средств для лечения сердечно-сосудистых заболеваний» серед 10 брендів лікарських препаратів за об'ємами аптечних продаж лікарський засіб під знаком (назвою) «КОРВАЛМЕНТ» займає третю позицію (Додаток № 15).

Слід також зазначити, що відповідно до Інтернет - видання газети «Аптека» від 16.05.2011 року ПАТ «Київський вітамінний завод» за об'ємом інвестицій в рекламу на радіо займає лідируючу позицію серед інших виробників фармацевтичного ринку (Додаток № 14).

Крім того, препарат, маркований знаком «КОРВАЛМЕНТ», отримав нагороду в номінації «Препарат року» на щорічному конкурсі професіоналів фармацевтичної галузі України «Панацея -2010» (Додаток № 13).

Продукція, маркована знаком «КОРВАЛМЕНТ», з моменту її виходу на ринок активно рекламується у найбільш популярних програмах на телебаченні, що охоплюють аудиторію глядачів по всій території України. Для просування вище зазначеної продукції використовуються й інші види реклами, зокрема, зовнішня реклама, реклама на відомих радіоканалах, на місцях продажів, тощо.

Також, продукція під знаком «КОРВАЛМЕНТ» відома не тільки на території України, але і за її межами. Продукція під знаком «КОРВАЛМЕНТ» активно рекламувалась в період з 2010-2011 рр. в Республіці Білорусь на радіо, телебаченні та в пресі (Додаток № 22). Загальні витрати на рекламу в Республіці Білорусь складають - 427 084 грн.

За результатом розгляду зазначених вище документів колегія Апеляційної палати дійшла наступного висновку – надані Заявником документи підтверджують факти того, що:

- використання знака «КОРВАЛМЕНТ» розпочалося з 2001 року;
- інтенсивне використання цього знака триває і дотепер;
- інтенсивність його використання постійно зростає.

Надані документи, на думку колегії Апеляційної палати, підтверджують те, що реалізація продукції, маркованої знаком «КОРВАЛМЕНТ», здійснюється у значних обсягах, що, у свою чергу, свідчить про її високу відомість серед споживачів. Значні обсяги використання підтверджені Заявником документально.

Колегія Апеляційної палати констатує, що надані Заявником відомості та докази, що їх підтверджують, доводять факт тривалого, безперервного використання знака «КОРВАЛМЕНТ» відносно товарів 5 класу МКТП:

«кардіологічні лікарські засоби заспокійливої (седативної) та спазмолітичної дії» в Україні.

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

Колегія Апеляційної палати розглянула документи та інші матеріали, які були надані Заявником, і зазначає, що продукція, маркована знаком «КОРВАЛМЕНТ», активно рекламується з 2008 року.

Починаючи з 2008 року ПАТ «Київський вітамінний завод» проводить масштабну інформаційну та рекламну компанію препарату, маркованого знаком «КОРВАЛМЕНТ», до якої входять як безпосередньо рекламні дії, спрямовані на просування цього знака, так і публікації у засобах масової, участь у різноманітних заходах з метою інформування громадськості стосовно наявності товару, маркованого таким знаком, його властивостей на території України та його виробника.

Вихід на ринок знака «КОРВАЛМЕНТ» супроводжувався рекламною кампанією. Рекламна активність знака «КОРВАЛМЕНТ» припадає на 2008 – 2012 роки, про що свідчать надані заявником ефірні довідки виходу рекламних матеріалів знака «КОРВАЛМЕНТ» на телебаченні та радіо за період 2008 – 2012 рр. (Додатки № 16 -17 ч. I та II).

Так, реклама здійснювалась на провідних каналах українського та міжнародного радіомовлення:

- радіо «Ера», «УР-1», радіо «Шансон», радіо «Ретро ФМ», «Русское Радіо», «Радіо АЛЛА», «Авторадіо», «Радіо Дача», «Наше радіо», «Мелодія», що підтверджено відповідними актами виконаних робіт та ефірними довідками трансляцій (Додатки № 16 -17);

- на провідних каналах національного телебачення - «Інтер», «ТРК Україна», що здійснюють трансляцію на всій території України та підтверджено відповідними актами виконаних робіт та ефірними довідками трансляцій (Додатки № 16 -17);

- у періодичних виданнях - «Теленеделя», «Комсомольская правда в Украине», «Аргументы и факты», «Здоровье», «Факты и комментарии», «Сільські вісті», «Ліки на замовлення» (Додаток № 18).

За даними наданих ефірних довідок рекламна активність знака «КОРВАЛМЕНТ» спостерігається й сьогодні.

До заяви про визнання знака «КОРВАЛМЕНТ» добре відомим в Україні додано CD-диск (Додаток № 24) з рекламними роликами, що розповсюджувались в ефірі телеканалів на території України.

Для оцінки впливу заходів по рекламуванню на телебаченні продукції, маркованої знаком «КОРВАЛМЕНТ», на ступінь відомості марки у відповідному секторі суспільства, Заявник надав аналіз рекламної активності на телебаченні в період 2008 – 2012 років, підготовлений компанією «Комунікаційний альянс». Результати проведеного моніторингу підтверджують кількість виходу в ефір трансляцій на каналах радіо та телебаченні з рекламою лікарського засобу під знаком «КОРВАЛМЕНТ» (Додаток №21).



Відповідно до даних ПАТ «Київський вітамінний завод» витрати на рекламу лікарського засобу під знаком «КОРВАЛМЕНТ» за 2008-2011 рр. склали:

<b>Витрати на рекламу по роках</b>	<b>2008 р.</b>	<b>2009 р.</b>	<b>2010 р.</b>	<b>2011 р.</b>
<b>Радіомовлення</b>	166 839,12	405 503,02	1 316291,39	2 737 400,44
<b>Телебачення</b>	-	118458,09	8 839 805, 28	2 914 800
<b>Видання періодичні (журнали, газети)</b>	159748,43	177235,5	-	34400,00
<b>Всього, грн.:</b>	326 527,55	701 196,61	10156096, 67	5686600,44
<b>Всього за весь період, грн.:</b>	16 870 421,27			

Згідно звіту ТОВ «Рекламне агентство «ТВІГА» стосовно організації і проведення промоактивності для кінцевих споживачів лікарського засобу під знаком «КОРВАЛМЕНТ» бюджет вищезазначеного проекту склав 650 999, 44 грн. (Додаток № 20).

Виготовлення та розповсюдження рекламних матеріалів здійснювалось в регіонах України, а саме в м. Києві та Київській обл., м. Житомирі та Житомирській обл., м. Вінниці та Вінницькій обл., м. Львові та Львівській обл., м. Одесі та Одеській обл., м. Сімферополі та АР Крим, м. Запоріжжя та Запорізькій обл., м. Дніпропетровськ та Дніпропетровській обл., м. Полтава та Полтавській обл., м. Харків та Харківській обл., м. Донецьк та Донецькій обл., м. Луганськ та Луганській обл.

Виготовлення та розповсюдження рекламних листівок лікарського засобу під знаком «КОРВАЛМЕНТ» здійснювалось за адресною програмою аптек (Додаток № 19). Загальна вартість виконаних поліграфічних робіт та надання рекламних послуг складає 2 146 825, 6 грн.

За результатами дослідження зазначених документів колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що надані відомості свідчать про активне та тривале просування товару, що виробляється ПАТ «Київський вітамінний завод» та маркується знаком «КОРВАЛМЕНТ» в значних обсягах та на всій території України.

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

Заявник вважає, що цінність, яка асоціюється зі знаком «КОРВАЛМЕНТ», є досить високою, на підтвердження чого ним було представлено Висновок № 114-09/03, складений експертно-оціночною компанією ТОВ «НотінгемХауз» щодо оцінки майнових прав на об'єкти інтелектуальної власності - знаків для товарів та послуг, власником яких є ПАТ «Київський вітамінний завод» (Додаток № 23).

В ході виконання зазначеної роботи були використані новітні підходи по оцінці вартості об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ), зокрема товарних знаків. Дослідження було проведено на основі фактичних даних, отриманих від

ПАТ «Київський вітамінний завод» в результаті діяльності за період з 2007 по 2010 рр.

За результатами оцінки було встановлено, що вартість комбінованого знака «КОРВАЛМЕНТ» (за свідоцтвом України на знак для товарів і послуг № 29410) станом на 30 жовтня 2009 р. становить 156 000, 00 грн. (сто п'ятдесят шість тисяч гривень).

Усі надані Заявником документи та матеріали свідчать про популярність та високий рівень довіри споживачів до продукції, маркованої знаком «КОРВАЛМЕНТ».

Колегія Апеляційної палати погоджується з доводами Заявника, що знак «КОРВАЛМЕНТ» набув цінність серед споживачів.

За результатами дослідження матеріалів справи, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що знак «КОРВАЛМЕНТ» відомий широкому колу споживачів в Україні та має високу розрізняльну здатність відносно товару 5 класу МКТП «кардіологічні лікарські засоби заспокійливої (седативної) та спазмолітичної дії».

Колегія Апеляційної палати вважає, що документи та інші матеріали, надані заявником, повністю доводять наявність факторів, що можуть впливати на визнання знака добре відомим станом на 31 грудня 2011 р. серед доречного кола споживачів (фахівців і потенційних споживачів).

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 «КОРВАЛМЕНТ» добре відомим в Україні відносно Публічного акціонерного товариства «Київський вітамінний завод» щодо товарів 5 класу МКТП «кардіологічні лікарські засоби заспокійливої (седативної) та спазмолітичної дії» станом на 31 грудня 2011 року.

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

Головуючий колегії

В.С. Дмитришин

Члени колегії

Л.Г. Запорожець

О.В. Постоялкіна

О.С. Кулик

О.В. Саламов