

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 грудня 2011 року

Колегія Апеляційної палати Державної служби інтелектуальної власності України, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Дмитришина В.С. від 06.10.2011 № 92 у складі головуєчого Дмитришина В.С. та членів колегії Кривошей С.Т., Костенко І.А., Ніколаєнко Т.В., Ткаченко Ю.В., розглянула заяву Товариства з обмеженою відповідальністю "Епіцентр К" про визнання знака "ЕПІЦЕНТР" добре відомим в Україні.

На засіданні присутній представник заявника – патентний повірений Пікалова А.О.

Аргументація заявника:

Заявник – Товариство з обмеженою відповідальністю "Епіцентр К" просить визнати знак "ЕПІЦЕНТР" добре відомим в Україні відносно послуг 35 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг (далі – МКТП) "сприяння продажах; представлення товарів через засоби комунікації з метою роздрібного продажу" станом на 30 грудня 2010 року.

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

1. Книга "ФЛАГМАН СВІТОВОГО будівельно-господарського РИНКУ" про Національну мережу будівельно-господарських гіпермаркетів "ЕПІЦЕНТР" (додаток № 1);
2. Книга "LET'S BUILD NJGETHER" про Національну мережу будівельно-господарських гіпермаркетів "ЕПІЦЕНТР" (додаток № 2);
3. Бібліографічні дані свідоцтв на знаки для товарів і послуг №№ 111714, 88398, 118528, 111775, 111716, 111715, 119118, 120887, 121673, 123561, 137960, 137935, 137825, 135041, 130305, 130209, 130204, 129395, 128052, 126704, 126416, 123569, 138723, 138784, 138816, 139203, 139153, 139370, 139352, 139351, 139240, 139204, 142292, 142656, власником яких є заявник (додаток № 3);
4. Копія статті "Мерзлота не вечна", опублікована в журналі "ProRetail", № 5-6 (20-21), ноябрь – декабрь 2009 (додаток № 4);
5. Копія статті, яка опублікована в журналі "ТОП-100. Рейтинг лидеров бизнеса Украины" № 1, апрель – май 2010 з таблицею з переліком

підприємств та зазначенням їх доходів протягом 1998 - 2009 років (додаток № 4);

6. Копії статей, які опубліковані в журналі "ТОП – 100 Рейтинг лучших компаний Украины" № 3, ноябрь 2010 із зазначенням доходів підприємства "Эпицентр - К" (додаток № 5);

7. Копії сторінок журналу "Приватный дом" (№№ 9(1) сентябрь 2007; 12/1(4) декабрь 2007/ январь 2008; февраль 2008; май 2008; июль 2008; сентябрь 2008; декабрь 2008; март 2009; апрель 2009; май 2009; июнь 2009; сентябрь 2009; октябрь 2009; ноябрь 2009; декабрь 2009) з рекламою "ЕПЦЕНТР БУДІВЕЛЬНИЙ ГІПЕРМАРКЕТ" (додаток № 6.1.0);

8. Копії сторінок журналу "Мой прекрасный сад" (апрель 2008; май 2008; июнь 2008; август 2008; октябрь 2008) з рекламою "ЕПЦЕНТР БУДІВЕЛЬНИЙ ГІПЕРМАРКЕТ" (додаток № 6.1.1);

9. Копії сторінок журналу "TV Экран" (№№ 26(31) июнь 2007; № 28(33) июль 2007; № 37 (42) сентябрь 2007; № 38 (43) сентябрь 2007; № 31 (88) июль 2008; № 33 (90) август 2008; № 43 (100) октябрь 2008; № 40 (149) сентябрь 2009) з рекламою "ЕПЦЕНТР БУДІВЕЛЬНИЙ ГІПЕРМАРКЕТ" (додаток № 6.1.2);

10. Копії сторінок журналу "Любимая дача" (№№ 12/1(5) декабрь-январь 2007; апрель 2008; май 2008; июнь 2008; июль 2008; август 2008; сентябрь 2008; ноябрь 2008; декабрь 2008; март 2009; апрель 2009; май 2009; июнь 2009; июль 2009; август 2009; сентябрь 2009; октябрь 2009; ноябрь 2009; декабрь 2009) з рекламою "ЕПЦЕНТР БУДІВЕЛЬНИЙ ГІПЕРМАРКЕТ" (додаток № 6.1.3);

11. Копії сторінок журналу "Уютная квартира" (№№ 2'2008; 3'2008; 5'2008; 7'2008; 8'2008; 9'2008; 10'2008; 11'2008; 12'2008; 1'2009; 3'2009; 4'2009; 5'2009; 6'2009; 7'2009; 8'2009; 10'2009; 11'2009; 12'2009) з рекламою "ЕПЦЕНТР БУДІВЕЛЬНИЙ ГІПЕРМАРКЕТ" (додаток № 6.1.4);

12. Копії статей, опублікованих в газеті "Факты" (№№ за період грудень 2006 – липень 2007) (додаток № 6.1.5);

13. Копії зразків рекламних буклетів "ЕПЦЕНТР БУДІВЕЛЬНО-ГОСПОДАРСЬКИЙ ГІПЕРМАРКЕТ" за 2009-2010 роки (додаток № 6.1.6-6.1.7);

14. Копії договорів на проведення рекламних заходів та рекламних кампаній за 2003-2008 роки (додаток № 7);

15. Гарантійний талон, який надає "ЕПЦЕНТР БУДІВЕЛЬНО-ГОСПОДАРСЬКИЙ ГІПЕРМАРКЕТ" покупцям при здійсненні покупки в магазині (додаток № 8);

16. Зразок конверту з логотипом "ЕПЦЕНТР БУДІВЕЛЬНИЙ ГІПЕРМАРКЕТ" (додаток № 9);

17. Копії дипломів, подяк, грамот, нагород, медалей "ЕПЦЕНТР БУДІВЕЛЬНИЙ ГІПЕРМАРКЕТ" (додаток № 10);

18. Копія Статуту Товариства з обмеженою відповідальністю "Эпицентр - К" (додаток № 11).

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

Відповідно до ст. 25 Закону України "Про охорону прав на знаки для товарів і послуг" (далі — Закон) охорона прав на добре відомий знак здійснюється згідно із статтею 6 біс 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, обсяг та географічний район будь-яких реєстрацій та/або заявок на реєстрацію знака за умови, що знак використовується чи є визнаним;
- свідчення успішного відстоювання прав на знак, зокрема територія, на якій знак визнано добре відомим компетентними органами;
- цінність, що асоціюється зі знаком.

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

Відповідно до ст. 2 Спільних рекомендацій відносно положень про охорону добре відомих знаків, що прийняті Асамблеєю Всесвітньої організації інтелектуальної власності (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.

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

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

Заявник - Товариство з обмеженою відповідальністю "Епіцентр К" створив потужну національну мережу будівельно-господарських гіпермаркетів, яка стабільно розвивається.

Перший гіпермаркет національної мережі "ЕПЦЕНТР" був відкритий у 2003 році в Києві. За 8 років розвитку по всій Україні відкрито 36 гіпермаркетів, 30 в регіонах та 6 у столиці.

Компанія постійно вдосконалюється, покращує сервіс, розширює асортимент товарів та спектр послуг для максимального задоволення потреби споживачів та втілення головного гасла компанії "Покупець завжди правий!".

Станом на 30.12.2010 мережа гіпермаркетів "ЕПІЦЕНТР" - це велика п'ятнадцятитисячна команда, яка є лідером будівельного ритейлу за показниками чистого прибутку та частки ринку. Мережа гіпермаркетів "ЕПІЦЕНТР" пропонує найширший асортимент - до 200 тисяч товарів, які представлені у відділах: сад-город, інструменти, електротехніка, вироби з металу, декор, покриття для підлоги, сантехніка, вироби з дерева, будівельні матеріали, авто товари, побутова хімія, а також напрямок деко - посуд, текстиль, подарунки.

Національна мережа будівельно-господарських гіпермаркетів "ЕПІЦЕНТР" є переможцем всенародних конкурсів, міжнародних фестивалів, лауреатом щорічної Національної премії.

Для визначення того, чи є знак "ЕПІЦЕНТР" добре відомим в Україні станом на 30 грудня 2010 року, колегією Апеляційної палати були розглянуті, зокрема, такі фактори:

1. Ступінь відомості та 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 будівельно-господарського гіпермаркету "ЕПІЦЕНТР" є власники будівельних компаній, фахівці з питань будівництва, садового та квартирної дизайну, особи, діяльність яких пов'язана з тими видами продукції, яка представлена в гіпермаркеті "ЕПІЦЕНТР" та пересічні споживачі віком від 16 років.

На підтвердження високого ступеня відомості знака "ЕПІЦЕНТР" серед доречного кола споживачів цього знака заявником зазначено, що велика увага в мережі гіпермаркетів "ЕПІЦЕНТР" приділяється високому рівню обслуговування та наданню додаткових послуг клієнтам із будь-яким статком, як чоловікам, так і жінкам. Саме тому серед широкого спектра товарів для будівництва, якими цікавляться переважно чоловіки, окремою лінією представлено асортимент для жінок. Наприклад, декоративні рослини та квіти у відділі "Сад та Город", різноманітні посуд, текстиль, подарунки у відділі "ДЕКО", широкий асортимент побутової хімії.

Завдяки надзвичайно великому асортименту товарів та високому рівню обслуговування в гіпермаркетах "ЕПІЦЕНТР", все більше мешканців України обирає саме цей гіпермаркет.

Для оптових покупців працює відділ комплектації, який займається якісним та швидким підбором будівельних матеріалів по списку замовника.

Національна мережа будівельно-господарських гіпермаркетів "ЕПІЦЕНТР" була переможцем Міжнародного фестивалю "Вибір року" в Україні 2006, 2007, 2008, 2009 та 2010 років у номінації "Мережа року гіпермаркетів будівельних матеріалів", лауреатом щорічної національної премії "Український Торговельний Олімп" 2007 року в номінації "Національна мережа гіпермаркетів будівельних матеріалів", переможцем Всенародного конкурсу-рейтингу "Бренд року - 2008".

ТОВ "Епіцентр К" також був лауреатом Національного бізнес-рейтингу - "Лідер галузі 2010 року" в номінації "Спеціалізована роздрібна торгівля непродовольчими товарами, не віднесеними до інших груп". А також був переможцем рейтингу "ТОП-100. Лідери бізнесу України. 10 років розвитку" в категорії "Роздрібні мережі" по чистому прибутку компаній. Був лідером рейтингу "100 Кращих компаній України» в номінації "Непродуктового рітейлу". Був лідером рейтингу "ТОР-100. Самі ефективні компанії України" в номінації "Рітейл".

З огляду на зазначене, колегія Апеляційної палати вважає, що заявником доведено факт того, що знака "ЕПІЦЕНТР" є добре відомим доречному колу споживачів на території України. Також заявник довів, що послуги, які надаються Товариством з обмеженою відповідальністю "Епіцентр К" отримали визнання у відповідному секторі суспільства.

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

Аналіз, наданих заявником, фактичних відомостей показав, що вже у 2003 році Товариство з обмеженою відповідальністю "Епіцентр К" розпочало свою діяльність.

За даними журналу "Лідери бізнесу України" чистий дохід Товариства з обмеженою відповідальністю "Епіцентр К" за період діяльності з 2004 по перше півріччя 2009 виріс з 218,9 до 3150,9 млн грн.

"ЕПІЦЕНТР" є найбільшою національною мережею будівельно-господарських гіпермаркетів в Україні, яка включає гіпермаркети в наступних містах:

Київ (6 гіпермаркетів) (населення – офіційно 2,8 млн.); Львів (населення – 760 тис.), Полтава (населення – 300 тис.); Одеса (2) (населення – 1 млн.); Чернівці (населення – 240 тис.); Харків (2) (населення – 1,47 млн.); Івано-Франківськ (населення – 240 тис.); Дніпропетровськ (населення – 1,0 млн.); Луганськ (населення – 440 тис.); Хмельницький (населення – 290 тис.); Миколаїв (населення – 499 тис.); Кривий Ріг (населення – 666 тис.); Тернопіль (населення – 218 тис.); Черкаси (населення – 290 тис.); Ужгород (населення – 120 тис.); Рівне (населення – 248 тис.); Донецьк (населення – 1,72 млн.); Запоріжжя (населення – 770 тис.); Луцьк (населення – 212 тис.); Вінниця (населення – 370 тис.); Кіровоград (населення – 254 тис.).

Таким чином, колегія Апеляційної палати встановила, що надані заявником документи свідчать про те, що використання знака "ЕПІЦЕНТР" 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 знака "ЕПІЦЕНТР" певним чином досягнута завдяки активній рекламній діяльності заявника. Так, від самого початку використання

знака проводяться масштабні інформаційна та рекламна кампанія щодо послуг, які надає Товариство з обмеженою відповідальністю "Епіцентр К" своїм клієнтам, 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 послуг, які надаються з використанням знака "ЕПІЦЕНТР".

Заявник укладав різноманітні договори на рекламування своїх послуг на телебаченні, радіо, пресі, що підтверджено наступними документами:

1. Договір № 474/09 від 20.09.2003 (м. Київ) на надання послуг з організації рекламної компанії продукції товарів та послуг на рекламних щитах, екранах, конструкціях;

2. Договір № 28/10 від 28.10.2003 (м. Київ) на надання послуг з організації рекламної компанії на телебаченні, радіо і засобах масової інформації, виготовлення та розповсюдження рекламних буклетів;

3. Медіа - план (березень 2004) (план-графік реклами на каналі КТМ у програмі "Майстер";

4. Договір № 01 від 16.02.2004 (м. Київ) на надання послуг з організації рекламної компанії;

5. Договір № 19/66/257 від 5.04.2004 (м. Київ) на надання послуг з організації рекламної компанії на каналі КТМ у програмі "Майстер";

6. Договір № 421 від 14.05.2004 (м. Київ) на надання послуг з організації рекламної компанії в Київському метрополітені по трьох лініях Святошинсько-Броварська, Куренівсько-Червоноармійська, Сирецько-Печерська;

7. Договір № 303 від 20.05.2004 (м. Київ) на розміщення реклами в журналах "Бурда";

8. Угода № 04382/059 від 20.05.2004. (м. Київ) про розміщення реклами у базі даних, в "Бліц-каталозі", на сайті у базі даних "059 Online";

9. Договір № 033-04/383 від 28.05.2004. (м. Київ) на надання рекламно - інформаційних матеріалів в журналах "Красивая усадьба" №06/2004, 07/2004, 08/2004;

10. Агентський договір від 01.08.2004. (м. Київ) про здійснення пошуку потенційних клієнтів, дослідження ринку, проведення консультацій та переговорів;

11. Договір № 640 від 06.09.2004. (м. Київ) про здійснення відеозапису і трансляції матчів всеукраїнського турніру з настільного тенісу "Гідропарк - 2004 на каналах України "Регіон" та "27 канал" м. Донецьк, "Континент" Луганськ, канал "35" та канал "Гравіс" Київ, УТ -1;

12. Додаток (медіа план) № 35/1 від 01.11.2004 (до Договору № 23/10-1 від 23.10.2003, план-графік розміщення рекламного макету та статті "ЕПІЦЕНТР" в періодичних виданнях "Строительство и ремонт. Бизнес");

13. Договір № 01/20 від 15.01.2005. (м. Київ) на надання послуг з організації рекламної компанії на телеканалах, радіоканалах, транспорті, засобах масової інформації, виготовлення та розповсюдження рекламних буклетів, розміщення банерів, маркетингові дослідження ринку будівельних

матеріалів, реклама на "Гала радіо 100.0", "Авторадіо", "Хорошее радио Шансон" у Дніпропетровську, Харкові, Донецьку, Запоріжжі, Луганську;

14. Угода № 369/41-ср/2005 від 29.04.2005 (м. Київ) на надання рекламних послуг на каналі "Інтер" в програмі "Квадратний метр";

15. Адресна програма від 01.06.2005 (м. Київ) про бронювання відібраних рекламодавцем рекламних поверхонь на вулицях Києва: б-р Івана Лепсе, пл. Героїв ВВВ, пл. Космонавтів, пл. П.Кривоноса, пр-т 50-річчя Жовтня, пр-т Ватутіна, вул. Старонародницька і т.д;

16. Договір № 5/122501 від 25.12.2005. (м. Київ) на надання послуг з організації рекламної компанії на телеканалах, реклама на транспорті, в засобах масової інформації, виготовлення і поширення рекламних буклетів, передпродажна підготовка, маркетингові дослідження, вивчення кон'юнктури ринку, платоспроможності покупців;

17. Адресна програма від 01.04.2006. (м. Київ) про бронювання відібраних рекламодавцем рекламних поверхонь на вулицях Києва на радіостанціях "Русское радио" в місті Вінниця та місті Херсон на радіостанції "Європа +" місто Харків, в метрополітені у місті Києві;

18. Графік виходів статей в газеті "ФАКТИ" в квітні 2006 р. (від 01.04.2006) (графік виходу інформаційних матеріалів);

19. Договір № 29/06 від 20.09.2006. (м. Київ) про участь в Міжнародному Фестивалі-Конкурсі "ВИБІР РОКУ" в Україні;

20. Договір № 260207 від 26.02.2007. (м. Київ) про експонування зовнішньої реклами на тролейбусних маршрутах №№ 2, 5, 3, 13, 12, 24 (11 1), 11 (24 1) та маршрутних таксі №№ 1, 3, 5, 6, 30, 24, 28, 22, 34 у місті Львів;

21. Договір № 575 від 12.04.2007. (м. Київ) про розміщення спонсорських матеріалів у програмі "Комфорт - шоу "Корисна площа" на каналі "Новий канал";

22. Договір № 23 від 24.05.2007.(м. Харків) про інформування споживачів про товари та послуги Замовника в базі даних "079";

23. Договір № 7-3 від 01.08.2007. (м. Київ) про надання послуг з виготовлення та монтажу реклами "накрышная вывеска "ЕПІЦЕНТР" місто Хмельницький;

24. Договір № 588 від 03.08.2007 (м. Київ) про замовлення на виготовлення поліетиленових пакетів типу майка різних розмірів в кількості 150000 одиниць;

25. Договір № 220807 від 22.08.2007. (м. Київ) про виготовлення зовнішньої реклами на тролейбусних маршрутах №№ 1, 32, 27, 24 та трамвайних маршрутах №№3, 27, 26 у місті Харків;

26. Договір № 14 від 14.09.2007 (м. Луганськ) на надання послуг з організації рекламної компанії;

27. Договір № 1550 від 17.09.2007 (м. Львів) про розміщення реклами на трьох радіостанціях та тижневику газети "Є -Поділля!";

28. Договір № 1496 від 18.09.2007. (м. Київ) стосовно рекламно-інформаційних послуг в рамках Програми "Український Торгівельний Олімп";

29. Додаткова угода № 3 від 08.10.2007 (м. Луганськ) про організацію рекламних заходів щодо відкриття гіпермаркету в місті Луганську на радіостанціях "Авторадио", "Люкс ФМ" та каналах "ИРТА", "ЛОТ", "Rep TV";

30. Договір № 74/07 від 15.10.2007. (м. Київ) про участь Конкурсанта в Міжнародному Фестивалі-Конкурсі "ВИБІР РОКУ" в Україні;

31. Договір № 61/с від 20.11.2007 (м. Київ) про фінансову підтримку програми "Ідеї для оселі" на каналі "Інтер";

32. Договір № 727587777 від 12.12.2007 (м. Київ) про розміщення рекламних оголошень у довіднику "ЖОВТІ СТОРІНКИ ДНІПРОПЕТРОВСЬКА";

33. Договір № I від 12.12.2007 (м. Полтава) проведення рекламних заходів на конструкціях типу "сіті - лайт" на вулицях Полтави;

34. Договір № 13-12-07-01 від 13.12.2007 (м. Одеса) про розміщення на каналах радіомовлення "Русское радио" - Україна, "ХІТ FM", "KISS FM" рекламних матеріалів;

35. Додаткова угода № 6 від 03.12.2007 (м. Луганськ) про розміщення будівельних програм на телеканалах "ЛКТ", "ЛОТ", "ИРТА" в місті Луганськ;

36. Договір № 124/07/08 від 09.07.2008 (м. Харків) на надання послуг з організації рекламної компанії;

37. Договір № 04/08 від 03.01.2008 (м. Дніпропетровськ) про виготовлення зовнішньої реклами, виготовлення та установкУ рекламних щитів на вулицях Дніпропетровська;

38. Договір № P5/08 12.02.2008. (м. Київ) про розміщення рекламно - інформаційних матеріалів на картографічних виданнях із серії "Міста України": Чернівці, Івано-Франківськ, Одеса, Макіївка, Миколаїв, Луганськ, Херсон, Львів, Кривий Ріг, Дніпропетровськ, Рівне, Харків, Хмельницький, Полтава;

39. Договір № 618/М від 04.02.2008 (м. Київ) про участь у Всенародному рейтингу "Бренд року 2008";

40. Графік виходу рекламно-інформаційних повідомлень (договір № 1-А от 22.02.2007) (м. Одеса) (графік виходу ролика на радіостанції "60 канал ГРАНД");

41. Договір № 199 від 25.04.2008. (м. Полтава) на надання послуг з організації рекламної компанії в Полтаві на телебаченні в рубриці: "Полезные новости", "Пикник";

42. Договір № 30 від 28.04.2008 (м. Чернівці) на надання послуг з організації рекламної компанії в Чернівцях на радіостанціях 103,2 FM, "Радіо Люкс", "Ретро FM", в програмі Чернівці 20 століття;

43. Договір № 03/06/08 від 03.06.2008 (м. Львів) про виготовлення зовнішньої реклами на рекламних щитах, екранах, конструкціях типу "призма";

44. Договір №124/07/08 Заявка про надання послуг щодо проведення промо-акції в мережі магазинів "TARGET" від 09.06.2008. (м. Харків);

45. Договір про рекламні послуги від 01.07.2008 (м. Полтава) про рекламні послуги на хвилях радіомовлення і в програмах радіо "ДОРОСЛЕ РАДІО" (106.8 FM), "ЛЮКС" (101.3 FM), "Мелодія" (105.0 FM), "Авторадио - Кременчук";

46. Договір № 07/08/01 від 07.07.2008 (м. Івано-Франківськ федерація боксу) на надання послуг з організації рекламної компанії на радіо "Європа плюс", "Авторадіо", "Західний полюс", "Радіо Люкс".

Реклама знака "ЕПІЦЕНТР" здійснювалась у періодичних виданнях "Приватный дом", "Мой прекрасный сад", "TV Экран", "Любимая дача", "Уютная квартира" протягом 2007-2011 років.

Також заявником опубліковано велику кількість каталогів, що розміщувались майже у кожному товарі.

Заявником надані зразки інтернет-реклами (реклама в мережі Інтернет: текстові блоки, банери, контекстна реклама, реклама в блогах, реклама на мапі тощо), (<http://epicentrk.com.ua/>), а також зразки різноманітної рекламної продукції, з якої споживач міг ознайомитися з товарами і послугами, які надаються Товариством з обмеженою відповідальністю "Епіцентр К" – це листівки, папки, блокноти, конверти, календарі, гарантійні талони, чеки з знаком "ЕПІЦЕНТР".

Свідченням доброї відомості знака "ЕПІЦЕНТР" є різноманітні відзнаки Товариства з обмеженою відповідальністю "Епіцентр К" (Додаток 10), а саме: диплом "КНИГИ РЕКОРДІВ УКРАЇНИ" № 33/02-02330. (2010); диплом "КНИГИ РЕКОРДІВ УКРАЇНИ" № 33/02-02331. (2010); СЕРТИФИКАТ ТОП-100 Рейтинг. (2010); копія листа, в якому зазначено, що компанія Товариства з обмеженою відповідальністю "Епіцентр К" стала переможцем в номінації "Сеть года гипермаркетов строительных материалов"; диплом "Бренд року 2008" у номінації "Народне визнання" (2008); лист, що вшановує засновника ТОВ "Епіцентр К" (2005); зображення медалі "CHOICE OF THE YEAR 2006"; зображення медалі "CHOICE OF THE YEAR 2008"; зображення медалі "CHOICE OF THE YEAR 2009"; Почесна грамота Виконавчого комітету полтавської міської ради, що вшановує засновника ТОВ "Епіцентр К" (2009); Подяка Президента України (2009); шанування засновника ТОВ "Епіцентр К" від федерації боксу (2008); Подяка керівництву ТОВ "Епіцентр К" (грамота); Гвардія 500 (грамота) (2006); Реєстраційне свідоцтво № 32-254 (2007); Подяка компанії ТОВ "Епіцентр К" від Федерації важкої атлетики України (2010); Подяка компанії ТОВ "Епіцентр К" від Міністерства України у справах сім'ї молоді та спорту (2010); Грамота з нагоди 85-річчя утворення Городоцького району (2008); Рішення про присвоєння звання "Почесний громадянин міста Городок" (2008); Подяка засновнику ТОВ "Епіцентр К" за велику допомогу в модернізації учбово-матеріальної бази (2008); Почесна грамота за високий рівень податкової культури (2007); Диплом "CHOICE OF THE YEAR 2006" (2006); Подяка від державної податкової інспекції у Дніпровському районі м. Києва (2006); Членський квиток № 32-254 (2007); Відзнака за значний внесок у наповнення місцевого бюджету м. Києва (2006); RADIO VOICE AWWARDS спеціальна нагорода (2010).

Багато років Товариство з обмеженою відповідальністю „Епіцентр К" допомагає дітям та молоді, опікує школи, дитячі садки, приюти, підтримує концертні тури артистів-виконавців. ТОВ „Епіцентр К" приймав участь в реконструюванні Свято-Троїцького храму у Києві.

Колегія Апеляційної палати відзначає, що надані заявником відомості свідчать про здійснення значних заходів з рекламування та іншого просування знака "ЕПІЦЕНТР" протягом тривалого часу.

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

Товариство з обмеженою відповідальністю "Епіцентр К" є власником наступних свідоцтв на знаки для товарів і послуг: №№ 111714 на знак "ЕПІЦЕНТР" (10.09.2009), 88398 на знак "Будуймо разом!" (25.02.2008), 118528 на знак "Мільйони ідей для будівництва, ремонту, саду та городу" (25.02.2010), 111775 на знак "Expert" (10.09.2009), 111716 на знак "epicenter" (10.09.2009), 111715 на знак "ЭПИЦЕНТР" (10.09.2009), 119118 на знак "Aston Waterway" (25.02.2010), 120887 на знак "ЕПІЦЕНТР – команда вищої ліги!" (12.04.2010), 121673 на знак "Безліч ідей для будівництва, ремонту, саду та городу" (26.04.2010), 123561 на знак "Wild Wind" (25.05.2010), 137960 на знак "AUTO ASSISTANCE" (03.03.2010), 137935 на знак "King Floor" (25.02.2010), 137825 на знак "KASSEROLLE" (02.02.2010), 135041 на знак "ДЕКО" (06.04.2009), 130305 на знак "La Nuit" (25.06.2009), 130209 на знак "ЕпіЦентр ДЕКО, зобр." (06.04.2009), 130204 на знак "Luna" (27.03.2009), 129395 на знак "ЕпіЦентр Мільйони ідей для будівництва, ремонту, саду та городу" (13.06.2008), 128052 на знак "Expert Light" (25.03.2009), 126704 на знак "Evro-termo" (27.03.2009), 126416 на знак "Aston Waterway" (10.12.2009), 123569 на знак "Water House" (27.03.2009), 138723 на знак "ЕПІЦЕНТР – для всіх!" (15.03.2010), 138784 на знак "ГРИВНЯ ПЕТРИВНА" (30.03.2010), 138816 на знак "Luna" (13.04.2010), 139203 на знак "GRILLAND" (01.03.2010), 139153 на знак "Aston Waterway" (12.01.2010), 139370 на знак "ФЕЄРІЯ" (12.05.2010), 139352 на знак "EpiCenter" (26.04.2010), 139351 на знак "ЕпіЦентр" (26.04.2010), 139240 на знак "ЕпіЦентр" (15.03.2010), 139204 на знак "Water House" (01.03.2010), 142292 на знак "Valore" (12.01.2010), 142656 на знак "ЕпіЦентр EpiCenter ЭпиЦентр" (15.06.2010).

5. Цінність, що асоціюється зі знаком

Усі, надані заявником, документи та матеріали свідчать про популярність та високий рівень довіри споживачів до послуг, що реалізуються із використанням знака "ЕПІЦЕНТР".

Рівень довіри споживачів підтверджується тим фактом, що з 2003 року Товариство з обмеженою відповідальністю "Епіцентр К" примножує свій чистий дохід, збільшує рівень продажів, а кількість гіпермаркетів "Епіцентр К" зростає по всій Україні.

Колегія Апеляційної палати погоджується з доводами заявника, що знак "ЕПІЦЕНТР" набув широку відомість серед споживачів та позитивну суспільну репутацію.

Колегія Апеляційної палати вважає, що доводи заявника є обґрунтованими, а документи та матеріали, які містяться у справі є належними

та достатніми доказами для визнання знака "ЕПЦЕНТР" в якості добре відомого знака в Україні для заявлених послуг 35 класу МКТП.

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

в и р і ш и л а :

визнати, що знак "ЕПЦЕНТР" став добре відомим в Україні відносно Товариства з обмеженою відповідальністю "Епіцентр К" для послуг 35 класу МКТП "сприяння продажеві; представлення товарів через засоби комунікації з метою роздрібного продажу" станом на 30 грудня 2010 року.

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

Головуючий колегії

В.С.Дмитришин

Члени колегії

С.Т.Кривошей

І.А.Костенко

Т.В.Ніколаєнко

Ю.В.Ткаченко