

ДЕРЖАВНА СЛУЖБА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ УКРАЇНИ
АПЕЛЯЦІЙНА ПАЛАТА

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

Р І Ш Е Н Н Я

15 лютого 2016 року

Колегія Апеляційної палати Державної служби інтелектуальної власності України, затверджена розпорядженням заступника голови Апеляційної палати Шатової І.О. від 07.12.2015 № 114 у складі головуючого – Шатової І.О. та членів колегії – Саламова О.В., Костенко І.А., Потоцького М.Ю., Кулик О.С., розглянула заяву Дзе Кока-Кола Компані (The Coca-Cola Company) про визнання знака для товарів і послуг «Coca-Cola» добре відомим в Україні.

Представник заявника – патентний повірений Огнев'юк Я.В.

Coca-Cola

Зображення знака

Аргументація заявника

Заявник – Дзе Кока-Кола Компані (The Coca-Cola Company) просить визнати знак «Coca-Cola» добре відомим в Україні станом на 31 грудня 2008 року відносно товарів 32 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП): «газовані води та інші безалкогольні напої».

Позиція заявника щодо доброї відомості знака «Coca-Cola» в Україні ґрунтується на представлених фактичних відомостях, серед яких суттєве значення мають історія створення напою з однойменною назвою «Coca-Cola» та тривалість і обсяг використання знака у світі та в Україні.

Історія напою «Coca-Cola» почалася навесні 1886 року, коли американський фармацевт з містечка Атланта Джон Пембертон зварив не зовсім звичний сироп. Перші порції сиропу по п'ять центів за склянку були продані відвідувачам найбільшої в місті аптеки. Незабаром продавці аптеки почали змішувати сироп з газованою водою і протягом першого року існування напою «Coca-Cola» розкуповували в кількості дев'яти склянок на день.

Назву «Coca-Cola», як і унікальний стилізований шрифт виконання цієї торговельної марки, яка використовується у незмінному вигляді і дотепер, придумав бухгалтер Джона Пембертона Френк Робінсон.

Через деякий час емігрант з Ірландії Ейза Кендлер придбав у вдови Пембертона рецепт напою «Coca-Cola» за 2300 доларів США. Разом зі своїм братом та двома іншими компаньйонами він заснував в штаті Джорджія (США) «The Coca-Cola Company» (Дзе Кока-Кола Компані) з початковим капіталом 100 тис. доларів. Дзе Кока-Кола Компані була зареєстрована 31 січня 1893 року, а знак «Coca-Cola», який використовується з 1886 року, був офіційно зареєстрований в США також 31 січня 1893 року.

Завдяки вдалим маркетинговим заходам власників компанії напій «Coca-Cola» стає дедалі популярнішим. У 1895 році напій споживали вже на всій території Сполучених Штатів Америки. Перший завод по розливу «Coca-Cola» у пляшки був збудований в місті Чаттангуа у 1899 році і цей момент вважається початком історії всесвітньої системи компаній «Кока-Кола», системи ботлінга – виробництва і збуту напоїв через партнерів – так званих «франчанзі».

На сьогодні Дзе Кока-Кола Компані – це всесвітньо відома система «Кока-Кола» із більш ніж 300 компаній, що працюють у понад 200 країнах, яка розробляє і реалізує маркетингові стратегії брендів та торговельних марок, а також виробляє для своїх ботлерів (підприємств, що розливають продукцію) сиропи для напоїв під близько 400 брендами.

Система компаній «Кока-Кола» в Україні включає компанію ТОВ «Кока-Кола Україна Лімітед» та Іноземне підприємство (ІП) «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед». ТОВ «Кока-Кола Україна Лімітед» є представництвом Дзе Кока-Кола Компані, а ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» є дочірньою компанією «Кока-Кола Хеленік» (Coca-Cola Hellenic).

Компанія Кока-Кола Хеленік – найбільший ботлер Дзе Кока-Кола Компані за межами США, займається розливом та дистрибуцією безалкогольних напоїв на умовах франчайзингу з об'ємом продажу більш ніж 2 мільярди умовних упаковок продукції. Компанія обслуговує більше 560 мільйонів замовників щорічно. Кока-Кола Хеленік працює у 28 країнах: Республіці Австрія, Республіці Кіпр, Грецькій Республіці, Італійській Республіці, Північній Ірландії Сполученого королівства Великої Британії та Північної Ірландії, Швейцарській Конфедерації, Республіці Хорватія, Чеській Республіці, Естонській Республіці, Угорщині, Латвійській Республіці, Литовській Республіці, Республіці Польща, Словацькій Республіці, Республіці Словенія, Республіці Вірменія, Республіці Білорусь, Боснії та Герцеговині, Республіці Болгарія, Республіці Македонія, Республіці Молдова, Чорногорії, Федеративній Республіці Нігерія, Румунії, Російській Федерації, Республіці Сербія та Україні.

В Україні офіційне представництво Дзе Кока-Кола Компані було відкрито у 1992 році, а перший завод відкрився у Львові 1994 року. У 1998 році запрацював завод ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» біля міста Бровари, на Київщині. ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» здійснює виробництво та реалізацію в Україні продукції, маркованої торговельною маркою «Coca-Cola», і є єдиним підприємством в Україні, яке уповноважене

виготовляти напої під торговельними марками, що належать Дзе Кока-Кола Компані.

Виробничі потужності заводу щоденно виготовляють десятки тисяч пляшок напою під торговельною маркою «Coca-Cola». Окремі модернізовані лінії здатні виготовляти до 44 тис. півлітрових пластикових пляшок та до 50 тис. банок за годину.

Інвестиції Компанії Кока-Кола в економіку України складають 276 мільйонів доларів США та 114 мільйонів ЄВРО. З 2001 року компанія інвестувала у модернізацію виробництва і закупівлю найсучаснішого обладнання понад 4,1 мільйони ЄВРО.

Дзе Кока-Кола Компані є також й соціально-активною компанією. Основними напрямками соціальної діяльності компанії в Україні є підтримка громадських заходів, спрямованих на популяризацію активного способу життя, підтримка і розробка соціальних благодійних програм, підтримка програм, спрямованих на захист довкілля та водних ресурсів.

Так, з 1996 року компанія оголосила про підтримку Національної олімпійської збірної України.

Починаючи з 2006 року спільно з Благодійним фондом «Братів Кличків» компанією збудовано та відкрито більше 126 дитячих спортивних майданчиків по всій Україні.

У 2007 році компанія Кока-Кола в Україні долучилася до організації Форуму видавців у Львові, в рамках якого вона підтримує Фестиваль дитячого читання «Книгоманія» та Всеукраїнський конкурс «Найкращий читач України», що охоплює близько 130 тис. учасників.

З 2010 року Дзе Кока-Кола Компані є титульним спонсором загальнодержавного проекту «Шкіряний м'яч. Кубок «Coca-Cola», в якому щороку беруть участь близько 600 тис. українських школярів.

Також компанія активно долучається до проектів з охорони навколишнього середовища, серед яких співпраця з КП «Водно-інформаційний центр» (Музей води) тощо.

У 2006 році система компаній Кока-Кола в Україні однією з перших долучилася до Глобального Договору ООН, який відстоює принципи соціальної відповідальності бізнесу у 4-х основних сферах – права людини, трудові відносини, турбота про довкілля та боротьба з корупцією.

Заявник є власником низки свідоцтв України на словесні та комбіновані знаки для товарів і послуг. Домінуючим та розрізняльним елементом цих знаків, що виконані різними шрифтами у поєднанні з різними графічними елементами, є словесний елемент «Coca-Cola». Для того, щоб відповідати вимогам часу та зберегти свого споживача, заявником регулярно проводиться ребрендінг (певна видозміна) своїх знаків, під час якого замінюються або додаються різні елементи, при цьому, головним розрізняльним та незмінним елементом залишається словесний елемент «Coca-Cola».

Так, у 2008 році заявник запустив 700 нових продуктів по всьому світу. На даний час, на ринку України пропонується для продажу широкий

асортимент безалкогольних газованих напоїв під знаком «Coca-Cola», таких як: «Coca-Cola», «Coca-Cola light», «Vanila Coca-Cola», «Coca-Cola Zero», «Black Coca-Cola», «Coca-Cola Cherry».



Крім цього, одним із видів використання знаку «Coca-Cola» є застосування його в діловій документації, в рекламі та мережі Інтернет (у тому числі у доменних іменах). У більшості ділової документації (договори купівлі-продажу продукції, рахунки-фактури, акти прийому передачі товарів, розрахункові чеки тощо) знак використовується різними шрифтами та кольорами. У мережі Інтернет та друкованих виданнях знак «Coca-Cola» зазвичай зазначають стандартним шрифтом без зазначення кольору.

При проведенні соціологічного дослідження було встановлено, що знак «Coca-Cola» опитані респонденти впізнавали саме у стандартному шрифті без зазначення кольору.

Завдяки довготривалому, активному та широкому використанню знака «Coca-Cola» в різному виконанні, на різних носіях та різними способами, словесне позначення «Coca-Cola» сприймається споживачами, як ідентифікатор відповідного товару заявника без прив'язки до кольору або шрифту його виконання.

На підставі викладеного, заявник вважає, що станом на 31.12.2008 торговельна марка «Coca-Cola» стала добре відомою в Україні.

В якості доказів та на підтвердження своїх доводів про добру відомість в Україні знака «Coca-Cola» заявником надані такі документальні відомості:

1. Зображення знака «Coca-Cola».
2. Звіт Центру соціальних технологій «Соціополіс» від 29.11.2012 № 198 «Визначення рівня відомості торговельної марки «Coca-Cola» в Україні».
3. Копія статті «Особливості маркетингового ціноутворення в системі міжнародного маркетингу» з інформацією про дослідження, проведене ММІ Україна (Marketing & Media Index) на прикладі ІП Кока-Кола Беверіджиз Україна.

4. Роздруківки Інтернет сторінок <http://marketing.-web-standart.net/node/1300> з інформацією про дослідження, проведене MMI Україна у 2001 році.

5. Роздруківки Інтернет сторінок з інформацією про продукцію під торговельною маркою «Coca-Cola».

6. Роздруківка Інтернет сторінок <http://www.bagnet.org> з інформацією про найдорожчі торговельні марки світу.

7. Роздруківка з сайту Вікіпедія (Вільна енциклопедія) з інформацією про рейтинг найдорожчих брендів світу.

8. Довідка ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» від 13.09.2013 з інформацією про кількість дистриб'юторів товарів, маркованих торговельною маркою «Coca-Cola».

9. Фотографії різноманітних заходів, осіб тощо з інформацією про торговельну марку «Coca-Cola».

10. Роздруківки сторінок з мережі Інтернет з інформацією про популярність торговельної марки «Coca-Cola» у світі.

11. Інформаційний матеріал: «Звіт соціальної відповідальності 2007-2009 року».

12. Інформація з мережі Інтернет (статті, публікації) про торговельну марку «Coca-Cola».

13. Копія ліцензійного договору про використання торговельних марок між Дзе Кока-Кола Компані та ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед».

14. Роздруківки сторінок з мережі Інтернет з інформацією про споживання безалкогольних напоїв.

15. Довідка ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» від 13.09.2013 з інформацією, про кількість осіб, які відвідали сайт coca-cola-job.com.ua. у період з 01.05.2006 по 31.12.2008.

16. Роздруківки сторінок з мережі Інтернет з інформацією про коктейлі, основними складовими яких є напій під торговельною маркою «Coca-Cola».

17. Довідка ДП «Моніторинг ЗМІ України» від 30.10.2012 № 64 з інформацією про рекламування на телебаченні, радіо, в друкованих засобах масової інформації товарів під торговельною маркою «Coca-Cola».

18. Роздруківка сторінок рейтингу GfK Ukraine.

19. DVD-диск з інформацією про рекламування товарів під торговельною маркою «Coca-Cola».

20. Фото-звіт зовнішньої реклами торговельної марки «Coca-Cola» у метрополітені міст Києва та Харкова за 2007 рік.

21. Фото-звіт зовнішньої реклами торговельної марки «Coca-Cola» у місті Львів за 2007 рік.

22. Фото-звіт зовнішньої реклами торговельної марки «Coca-Cola» у містах Дніпропетровськ, Донецьк, Харків, Київ, Одеса (листопад-грудень 2008 року).

23. Фото-звіт реклами у великих торговельних центрах міст Києва, Харкова, Донецька та Дніпропетровська за 2008 рік.

24. Журнал «НАШЕ КОЛО».

25. Фотографії супутніх товарів під торговельною маркою «Coca-Cola».

23.06.2015 (вх. № 8969) заявником надані уточнення до заяви, в яких він просить визнати знак «Coca-Cola» добре відомим в Україні для скороченого переліку товарів 32 класу МКТП, а саме: «безалкогольні газовані напої».

02.07.2015 (вх. № 9412), 14.07.2015 (вх. № 10022), 03.09.2015 (вх. № 12601), 09.09.2015 (вх. № 12874), 18.12.2015 (вх. № 18802), 22.01.2016 (вх. № 762) заявником надані доповнення до заяви з додатками:

1. Копія довідки від 13.09.2013 № 1212115 про обсяги реалізованої продукції під торговельною маркою «Coca-Cola» на території України.

2. Копія додатку до довідки від 30.10.2012 № 64.

3. Копія ліцензійного договору від 06.11.2008 про використання торговельних марок укладеного між Дзе Кока-Кола Компані та ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед».

4. Копія додатку «А» до ліцензійного договору від 06.11.2008 з переліком торговельних марок та реєстрацій.

5. Копія додаткової угоди від 01.10.2012 до ліцензійного договору від 01.12.2007 про використання торговельних марок, укладеного між Дзе Кока-Кола Компані та ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед».

6. Копія додатку «А» до додаткової угоди від 01.10.2012 про використання торговельних марок з переліком торговельних марок та реєстрацій, зокрема, «Coca-Cola».

7. Копія угоди від 20.12.2013 про продовження строку дії та внесення змін до ліцензійного договору від 01.12.2007 про використання торговельних марок зі змінами, внесеними додатковою угодою від 01.10.2012, укладеною між Дзе Кока-Кола Компані та ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед».

8. Копія додатку «А» до угоди від 20.12.2013 про продовження строку дії та внесення змін до ліцензійного договору від 01.12.2007 про використання торговельних марок зі змінами, внесеними додатковою угодою від 01.10.2012.

9. Лист ТОВ «Таврія-В» від 25.08.2015 № 415 щодо використання товарів, маркованих знаком «Coca-Cola».

10. Лист ТзОВ «АРГО-Р» від 01.09.2015 № 152/15 щодо використання товарів, маркованих знаком «Coca-Cola».

11. Роздруківки сторінки з веб-сайту ТОВ «Таврія-В».

12. Роздруківки сторінки з веб-сайту ТзОВ «АРГО-Р» (НАШ КРАЙ).

13. Лист ТОВ «ЕКО» від 04.09.2015 № 213/77юв щодо використання товарів, маркованих знаком «Coca-Cola».

14. Роздруківки сторінки з веб-сайту ТОВ «ЕКО» (мережа супермаркетів «ЕКО МАРКЕТ»).

15. Роздруківки сторінок з мережі Інтернет з інформацією про заклади України, меню яких містить назву напою «Coca-Cola», а саме: мережа піцерій «Челентано», мережа ресторанів «Козирна карта», мережа АЗС «КЛО», мережа АЗС «ТНК», мережа кав'ярень «Шоколадниця», клуб «Бінго», ресторан

«Славутич», готель (ресторан, кафе) «BLUES», культурно-розважальний заклад «PANORAMA-LOUNGE», готель-ресторан «Дружба», компанія «EXPO-DNER», база відпочинку «ОПАКА», ресторан «БІЛЕ і ЧОРНЕ», піцерія «OLIO PIZZA», пляж-кафе «МАМА ПЛЯЖ», мережа кафе «Buffalo99», ресторан-готель «БРИГАНТИНА», ресторан «Bernardazzi», яхт-клуб «Золотой символ», ресторан «Первак», ресторан «Танукі».

16. Роздруківки сторінок з мережі Інтернет з інформацією про вартість знаку «Coca-Cola» за 2000-2008 роки (копії звітів міжнародної консалтингової компанії за 2006-2008 роки, з інформацією про вартість знаку «Coca-Cola»).

17. Роздруківки сторінок з мережі Інтернет з інформацією про програму стратегічного розвитку заявника.

Колегія Апеляційної палати всебічно та повно дослідила документи, надані заявником як докази на підтвердження наявності факторів, що можуть впливати на визнання знака «Coca-Cola» добре відомим в Україні, заслухала пояснення представника заявника та зазначає наступне.

Відповідно до статті 25 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (далі – Закон) охорона прав на добре відомий знак здійснюється згідно зі статтею 6^{bis} Паризької конвенції про охорону промислової власності та цим Законом.

При визначенні того, чи є знак добре відомим в Україні, можуть розглядатися, зокрема такі фактори, якщо вони є доречними:

- ступінь відомості чи визнання знака у відповідному секторі суспільства;
- тривалість, обсяг та географічний район будь-якого використання знака;
- тривалість, обсяг та географічний район будь-якого просування знака, включаючи рекламування чи оприлюднення та представлення на ярмарках чи виставках товарів та/або послуг, щодо яких знак застосовується;
- тривалість та географічний район будь-яких реєстрацій та/або заявок на реєстрацію знака за умови, що знак використовується чи є визнаним;
- свідчення успішного відстоювання прав на знак, зокрема територія, на якій знак визнано добре відомим компетентними органами;
- цінність, що асоціюється зі знаком.

Відповідно до статті 2 Спільної рекомендації відносно положень про охорону добре відомих знаків, що прийнята Генеральною Асамблеєю Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ) на 34-ій 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 знак «Coca-Cola» добре відомим в Україні, колегією Апеляційної палати були розглянуті та взяті до уваги, зокрема, такі фактори.

1. Ступінь відомості чи визнання знака у відповідному секторі суспільства

Відповідно до параграфу 2(а) статті 2 Рекомендацій ВОІВ доречним сектором суспільства для цього знаку є: населення України різного віку та статусу; експерти, продавці з відділів продажу безалкогольних напоїв; виробники газових напоїв та дистриб'ютори.

У якості доказу заявником наданий звіт про соціологічне дослідження «Визначення рівня відомості торговельної марки «Coca-Cola» в Україні» серед дорослих мешканців міст України населенням 100 тис. і більше, яке проведене у період з 22 жовтня по 29 листопада 2012 року Центром соціальних технологій «Соціополіс».

Дослідження проводилось у три етапи методом вуличного опитування у формі особистого інтерв'ю. Усього було опитано 2820 респондентів, у тому числі у містах: Київ (500 осіб), Львів (130 осіб), Рівне (130 осіб), Чернівці (130 осіб), Чернігів (130 осіб), Житомир (130 осіб), Черкаси (130 осіб), Харків (130 осіб), Дніпропетровськ (130 осіб), Донецьк (130 осіб), Луганськ (130 осіб), Запоріжжя (130 осіб), Одеса (500 осіб), Миколаїв (130 осіб), Херсон (130 осіб), Севастополь (130 осіб).

За результатами соціологічного дослідження було виявлено, що знак «Coca-Cola» відомий 92,7% опитаних респондентів. Для 7,3% респондентів знак «Coca-Cola» виявився невідомим. Переважна більшість респондентів з числа тих, кому відомий знак «Coca-Cola» (86,3% респондентів) вважають, що під цим знаком продаються безалкогольні напої, ще 6,4% респондентів вважають, що під цим знаком продаються мінеральні та столові води. Мешканці великих міст України (79,6% опитаних) достатньо добре проінформовані про власника знака «Coca-Cola» та виробника продукції під цим знаком.

Період інформованості населення великих міст України про знак «Coca-Cola» є досить тривалим. До грудня 2008 року знак «Coca-Cola» був відомим 87% з числа тих, хто обізнаний з цим знаком. Основними джерелами інформації, завдяки яким респонденти вперше дізналися про знак «Coca-Cola» є: телебачення (73,9% з числа опитаних), зовнішня реклама (11,3%), Інтернет (4,7%), особисте споглядання товарів (4,3%) і друковані видання (2,1%).

Високий ступінь відомості знака «Coca-Cola» підтверджується наявністю значної кількості інформації в мережі Інтернет. Заявник є власником таких сайтів: coca-cola.ua, coca-cola-job.com.ua, coca-colahellenic.com.ua. За допомогою цих сайтів споживачі можуть ознайомлюватись як з продукцією заявника, так і з напрямками його соціальної діяльності.

Відповідно до інформаційної довідки, наданої заявником, у період з 2006 по 2008 роки сайт coca-cola-job.com.ua, за допомогою якого дочірні компанії заявника запрошують на роботу працівників, відвідало понад 490 тис. користувачів Інтернету, що вказує на обізнаність відвідувачів даного сайту про продукцію заявника.

За результатами дослідження документів, наданих заявником на підтвердження відомості знака «Coca-Cola», колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що цей знак є відомим значній кількості споживачів України. Також заявник довів, що продукція, маркована цим знаком, отримала визнання у відповідному секторі суспільства.

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

Знак «Coca-Cola» безперервно використовується компанією Дзе Кока-Кола Компані (The Coca-Cola Company) на території України починаючи з 1992 року.

Відповідно до довідки від 13.09.2012 № 1212115 про обсяги реалізованої продукції під торговельною маркою «Coca-Cola» з 01.01.2005 по 31.12.2008 на території України було реалізовано: у 2005 році – 22 003 766 пляшок різного об'єму; у 2006 році – 26 114 310; у 2007 році – 27 812 310; у 2008 році – 28 303 980.

Відповідно до інформації, що наведена у Звіті соціальної відповідальності за 2007-2009 роки, заявник створив свою власну унікальну систему прямої дистрибуції, завдяки якій близько 90 тис. клієнтів по всій Україні отримує напої під торговельною маркою «Coca-Cola» вчасно. Більше ніж 280 вантажівок кожного дня розвозять Україною продукцію заявника, відвідуючи щодоби близько 4 500 клієнтів.

За наданою заявником інформацією станом на 31.12.2008 солодкі напої під торговельною маркою «Coca-Cola» пропонувалися до продажу та продавалися у всіх регіонах України.

Прямими дистриб'юторами є такі великі торговельні мережі як: «Fozzy», «Сільпо», «Фора», «Metro», «Караван», «Амстор», «Novus» та інші. При цьому, супермаркетів «Сільпо» налічується 240 одиниць, які розміщені в 59 містах України, гіпермаркетів «Metro» – у 29 українських містах, магазинів «Фора» - 159.

Серед дистриб'юторів продукції ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед», які здійснювали до 31.12.2008 та здійснюють дотепер роздрібний продаж напоїв під знаком «Coca-Cola» зазначаються наступні компанії:

ТОВ «Таврія В» (компанія з головним бізнес-напрямком роздрібною торгівлі, підприємств громадського харчування та виробництва. Сфера діяльності даної компанії охоплює такі міста України: Одесу, Ізмаїл, Білгород-Дністровський, Миколаїв, Харків, Іллічівськ, Хмельницький, Київ та Херсон);

ТОВ «АГРО-Р» (компанія здійснює господарську діяльність через велику мережу супермаркетів «Наш Край», які представлені у 13 регіонах України, зокрема, Волинській, Рівненській, Івано-Франківській, Тернопільській, Хмельницькій, Чернівецькій, Львівській, Житомирській, Київській, Черкаській, Дніпропетровській та Донецькій);

ТОВ «ЕКО» (компанія здійснює господарську діяльність через мережу супермаркетів «ЕКО МАРКЕТ», яка на даний час нараховує 106 магазинів у 35 містах України. Станом на 2008 рік кількість супермаркетів «ЕКО МАРКЕТ» нараховувало 48 у 15 регіонах України, зокрема, таких як: міста Київ, Чернігів, Суми, Запоріжжя, Одеса, Черкаси, Кременчук, Вінниця, Луганська та Донецька області, Автономна республіка Крим).

За даними, наведеними заявником, ці компанії використовують знак «Coca-Cola» також й у стандартному шрифті без зазначення кольору шляхом його розміщення на цінниках та у розрахунково-касових документах, що видаються кінцевому споживачу, у видаткових і бухгалтерських документах щодо здійснюваних із виробником операцій з поставки товарів.

Напої «Coca-Cola» пропонуються до продажу також через спеціальні автомати, стилізовані стійки та інші допоміжні засоби, які встановлюються у будь-якому магазині.

Станом на 31.12.2008 в усіх регіонах України діяли філії ПП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед», які сприяють поширенню товарів під знаком «Coca-Cola». Філії функціонують у Києві, Львові, Одесі, Кривому Розі, Вінниці, Донецьку, Луганську, Сімферополі, Харкові, Запоріжжі, Рівному, Херсоні, Дніпропетровську.

Напої заявника, марковані знаком «Coca-Cola», вважаються ексклюзивними напоями в мережі ресторанів швидкого харчування «McDonald's». Перший такий ресторан у Києві відкрився ще у 1997 році. На сьогодні у 23 містах України діє 79 ресторанів «McDonald's». Відповідно до договорів, укладених із заявником, «McDonald's» не продає будь-яких інших солодких газованих напоїв, крім тих, які виробляє заявник, а саме: «Coca-Cola», «Fanta», «Sprite».

Відповідно до наданої заявником інформації напій «Coca-Cola», який пропонується до продажу у різноманітних закладах України, зазначається в меню цих закладів, зокрема, у мережі піцерій «Челентанто» (150), мережі ресторанів «Козирна карта» (понад 100), мережі АЗС «КЛЮ» (53), мережі АЗС «ТНК» (6), мережі кав'ярень «Шоколадниця» (18), клубі «Бінго», ресторані «Славутич» (м. Славутич), готелі (ресторан, кафе) «BLUES» (м. Харків), культурно-розважальному закладі «PANORAMA-LOUNGE» (м. Харків), готелі-ресторані «Дружба» (м. Кривий Ріг), компанії «EXPO-DNER» (м. Дніпропетровськ), базі відпочинку «ОПАКА» Львівська обл.), ресторані «БІЛЕ і ЧОРНЕ» (м. Івано-Франківськ), піцерії «OLIO PIZZA» (м. Одеса), пляжі-кафе «МАМА ПЛЯЖ» (м. Коблево), мережі кафе «Buffalo99» (м. Одеса), ресторані-готелі «БРИГАНТИНА» (м. Одеса), ресторані «Bernardazzi» (м. Одеса), яхт-клубі «Золотой символ» (АР Крим, Балаклава), ресторані «Первак» (м. Київ), ресторані «Танукі» (понад 40).

За результатами дослідження матеріалів справи колегія Апеляційної палати встановила, що надані заявником документи свідчать про тривале та інтенсивне використання знака «Coca-Cola» на території України.

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 «Coca-Cola» досягнута також завдяки активній рекламній діяльності заявника.

Протягом усього часу використання знака «Coca-Cola» на території України постійно проводилися широкі рекламні компанії з його просування. Рекламування продукції під торгівельною маркою «Coca-Cola» на території України здійснювалось різними шляхами, зокрема: на телебаченні, радіо, в друкованих засобах масової інформації, у мережі Інтернет, шляхом розміщення зовнішньої реклами (лайт-бокси, панелі-кронштейни, штендerti та інші), під час організації різноманітних спортивних заходів та свят.

Рекламування солодких напоїв «Coca-Cola» здійснювалось на таких телеканалах, як «1+1», «ICTV», «СТБ», «Новий канал», «Інтер», «М1», «М2», «Кіно», «Enter-фільм», «Enter-музика», «Мегаспорт», «К1» та інших.

На підтвердження зазначеного апелянтом надано диск з записаними рекламними відеороликами та довідку ДП «Моніторинг ЗМІ України», відповідно до якої напої під торговельною маркою «Coca-Cola» рекламувалися на телебаченні у період з 01.01.1999 по 31.12.2008 р.р. 78 293 рази. У цей же період на радіо ці напої рекламувалися 849 разів.

Компанія ІП «Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед» з 2004 року видає корпоративний журнал під назвою «Наше Коло», який виходить друком щоквартально і поширюється в усі регіональні відділення компанії. У 2008 році журнал посів перше місце серед компаній – виробників безалкогольних напоїв та друге місце серед 90 учасників конкурсу «Краще корпоративне медіа України – 2008», який щорічно організовує Асоціація корпоративних медіа України (<http://www.acmu.com.ua>).

Компанії, що входять у систему компаній «Кока-Кола» в Україні отримали численні нагороди, дипломи та відзнаки, зокрема такі:

- відзнака «Найкращий завод» (1999);
- подяка від керівництва Державної податкової адміністрації в Київській області за сумлінне виконання податкових зобов'язань (2004);
- титул «Компанія, що надихає» – за результатами рейтингу бізнес-журналу «Компаньон» (2005-2006);
- нагорода «Патріот Київщини 2008» від Київської обласної державної адміністрації за відповідальне ведення бізнесу та підтримку місцевих громад;
- нагорода «Благодійник Року» в Київській області (2007);
- премія «Бізнес-Олімп» з присвоєнням звання «Золота торгова марка» (2002);
- лауреат VIII Міжнародного відкритого рейтингу популярності та якості товарів та послуг «Золота Фортуна» у номінації «Якість третього тисячоліття» (2002);

- нагорода «Вибір року» – прохолоджувальний напій «Coca-Cola» (2004);
- почесна грамота за внесок у розвиток Броварського регіону від Броварської державної адміністрації (2008);
- диплом від Міністерства охорони навколишнього природного середовища України за розробку нових екологічно безпечних технологій та збереження природних ресурсів (2008);
- диплом Золотої Зірки Реклами (2002);
- диплом Бронзової Зірки Реклами (2002);
- диплом Food&Drinks за кращу презентацію продукції (2002);
- диплом лауреата конкурсу «Обличчям до споживачів»;
- грамота Броварської райдержадміністрації за значний внесок у забезпечення виконання надходжень до бюджетів усіх рівнів (1999).

За результатами дослідження представлених заявником документів колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що надані відомості свідчать про здійснення значних заходів з рекламування та іншого просування знака «Coca-Cola» протягом тривалого часу, що підтверджує добру відомість цього знака для товарів 32 класу МКТП – «безалкогольні газовані напої».

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

За інформацією, яка міститься у заяві, на території України заявником зареєстровано 33 торговельні марки, які містять у своєму складі словесний елемент «Coca-Cola»:

№ п/п	№ свідоцтва України	Зображення знака	Дата реєстрації	Класи МКТП, для яких зареєстровано знак
1.	538		15.06.1993	32
2.	534		15.06.1993	32
3.	540		15.06.1993	32

4.	542		15.06.1993	5, 32
5.	543		15.06.1993	5, 32
6.	3770	CHERRY COCA-COLA	28.02.1994	32
7.	3771		28.02.1994	32
8.	7436		25.12.1996	9
9.	7437			16
10.	7438			18
11.	7439			21
12.	7441			24
13.	7442			25
14.	7443			26
15.	7444			28
16.	15278	KOKA-KOLA	15.08.2000	32
17.	15410		15.08.2000	6, 14, 20, 27, 34
18.	31748	COCA-COLA, LIFE TASTES GOOD	15.05.2003	32
19.	47147		15.02.2005	32

20	48362		15.03.2005	32
21	59215		15.02.2006	32
22	59262	ВАНІЛА КОКА-КОЛА	15.02.2006	30, 32
23	59348	COCA-COLA C2	15.02.2006	32
24	71357	Все буде ... Coca-Cola	15.01.2007	32
25	75662	COCA-COLA ZERO	25.04.2007	32
26	77336	На дачу з Coca-Cola на додачу!	11.06.2007	32
27	77337	Заправся з Coca-Cola.	11.06.2007	32
28	83120	COCA-COLA BLAK	10.10.2007	32
29	96402		10.09.2008	32
30	102582	Живи з Coca-Cola радість навколо!	26.01.2009	32
31	123638	Coca-Cola Відкрий щастя	25.05.2010	32
32	150701	COCA-COLA	25.01.2012	32
33	154238	Coca-Cola. Відкрий радість!	29.03.2011	32

Колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що заявник вже тривалий час здійснює в Україні всі необхідні заходи щодо реєстрації своїх знаків з використанням словесного елемента «Coca-Cola».

5. Цінність, що асоціюється зі знаком

За версією міжнародної компанії Interbrend та МВО знак «Coca-Cola» багато років поспіль визнавався одним із найдорожчих брендів у світі.

Надані заявником документи та матеріали свідчать про популярність та високий рівень довіри споживачів до товарів, що реалізуються із використанням знака «Coca-Cola». Якість продукції, що виготовляється під знаком «Coca-Cola», динаміка розвитку заявника та його висока репутація, активна маркетингова та рекламна діяльність зробили цей знак одним із найбільш впізнаваних та цінних брендів безалкогольних газованих напоїв на території України.

За результатами дослідження, аналізу та оцінки наданих заявником документів та матеріалів колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що доводи заявника є обґрунтованими, а документи та матеріали, які містяться у справі, належними та достатніми доказами для визнання знака «Coca-Cola» добре відомим в Україні для товарів 32 класу МКТП: «безалкогольні газовані напої» станом на 31 грудня 2008 р.

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 «Coca-Cola» добре відомим в Україні відносно Дзе Кока-Кола Компані (The Coca-Cola Company) щодо товарів 32 класу МКТП: «безалкогольні газовані напої» станом на 31 грудня 2008 року.

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

Головуючий колегії

І.О.Шатова

Члени колегії

О.В.Саламов

І.А.Костенко

М.Ю.Потоцький

О.С.Кулик