

Додаток
до наказу Міністерства розвитку
економіки, торгівлі та сільського
господарства України
08.10.2020 № 1983

**МІНІСТЕРСТВО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ, ТОРГІВЛІ
ТА СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ
(Мінекономіки)**

АПЕЛЯЦІЙНА ПАЛАТА

вул. М. Грушевського 12/2, м. Київ, 01008, тел. (044)200-47-53, факс (044)253-63-71
E-mail: meconomy@me.gov.ua, <http://www.me.gov.ua>, код ЄДРПОУ 37508596

РІШЕННЯ

15 липня 2020 року

Колегія Апеляційної палати Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Потоцького М.Ю. від 15.05.2020 № Р/38-20 у складі головуючого Потоцького М.Ю. та членів колегії Падучака Б.М., Жмурко О.В., Ресенчука В.М., Теньової О.О., розглянула заяву Товариства з обмеженою відповідальністю «лайфселл» (вул. Солом'янська, буд. 11-А, м. Київ) про визнання знака «lifecell» добре відомим в Україні.

Представники заявника – патентна повірена Олійник К.С., Слабко Т.О., Дубровський В.М.

Зображення знака: **lifecell** (додається).

Аргументація заявника

Заявник – Товариство з обмеженою відповідальністю «лайфселл» (далі – ТОВ «лайфселл») у заяві від 20.01.2020 (вх. № ВКО/30-20) просить визнати знак «lifecell» добре відомим в Україні відносно послуг 38 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП) «абонентський телеграфний зв'язок; агентства новин (інформаційні агентства); електронна пошта; зв'язок за допомогою волоконно-оптичних мереж; зв'язок за допомогою комп'ютерних терміналів; телеграфний зв'язок; телефонний зв'язок; інформування щодо телекомунікаційних послуг; комп'ютерне передавання повідомлень і зображень; транслявання засобами бездротового зв'язку; телевізійне транслявання кабельними мережами; телевізійне транслявання; надавання доступу до баз даних; надавання доступу до чатів (форумів для дискусій) в інтернеті; надавання телекомунікаційних каналів для замовляння

послуг телемагазинів; надавання часу доступу до глобальних комп'ютерних мереж; надавання доступу до світової комп'ютерної мережі; надавання телекомунікаційного зв'язку із світовою комп'ютерною мережею; наймання (прокат) апаратури для посилення повідомлень; наймання (прокат) апаратури для зв'язку (телекомунікації); наймання (прокат) модемів; наймання (прокат) телефонів; наймання (прокат) факсимільної апаратури; пейджингові послуги (з використанням радіо, телефону або інших засобів електронного зв'язку); передавання вітальних листівок он-лайн; передавання повідомлень; передавання телеграм; передавання цифрових файлів; послуги голосової пошти; послуги з телекомунікаційної маршрутизації та з'єднування; послуги щодо електронних оповісальних дошок (телекомунікаційні послуги); послуги телеконференцзв'язку; радіотранслявання; радіотелефонний зв'язок; супутниковий зв'язок; телеграфні послуги; телефонні послуги; факсимільне передавання» станом на 15 січня 2020 року.

Позиція заявника щодо доброї відомості знака «lifecell» ґрунтується на наступних відомостях.

Заявник є одним з найбільших операторів мобільного зв'язку в Україні, історія діяльності якого розпочалася у 2004 році, коли було засновано Товариство з обмеженою відповідальністю «АСТЕЛІТ», яке надавало телекомунікаційні послуги під знаком «life:)».

У 2016 році 100% акцій мобільного оператора «life:)» були придбані міжнародним інвестором «Turkcell», що призвело до ребрендингу.

02.02.2016 Товариство з обмеженою відповідальністю «АСТЕЛІТ» змінило найменування на Товариство з обмеженою відповідальністю «лайфсел» та почало використовувати в якості основного бренду знак «lifecell».

Заявник продовжив розгортання «3G мережі», ставши одним із лідерів за географічним покриттям в Україні.

Основним видами діяльності заявника є: надання телекомунікаційних послуг, а саме: послуг фіксованого телефонного зв'язку; послуг рухомого (мобільного) телефонного зв'язку з правом технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж і надання в користування каналів електрозв'язку; послуг доступу до Інтернету, надання в користування каналів електрозв'язку.

У 2017 році заявником було створено систему масового оповіщення «ENS», яку передано департаменту кіберполіції Національної поліції України у безстрокове безоплатне користування.

30 березня 2018 року мобільний оператор «lifecell» першими запустив швидкісний зв'язок «4G(LTE)» у найбільшій кількості обласних центрів України.

У 2019 році «lifecell» став першим мобільним оператором, що розпочав розгортання мережі «NB-IoT» для розумних пристроїв ПАТ «Київгаз».

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

1. Роздруківка бібліографічних даних свідоцтва України № 211540 на знак для товарів і послуг «lifecell».
2. Роздруківка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань стосовно ТОВ «лайфселл».
3. Роздруківка з інформацією про ліцензії, надані заявнику Національною комісією, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації.
4. Роздруківка вебсайту Державної служби статистики України з інформацією про кількість абонентів мобільного зв'язку в Україні.
5. Роздруківки сторінок вебсайтів: life.com.ua, cyclowiki.org, archive.org, itc.ua, lifecell.ua, interfax.com.ua, nv.ua, usb-modem.com.ua, censor.net.ua, totalsport.ua, gagadget.com, tehnot.com, liga.net, antikor.com.ua, psm7.com, tui.ua, hi-tech.ua, kfund-media.com, mediasat.info, tusib.org, lexliga.com, metra.net.ua, 24tv.ua, uamarket.info, imena.ua, mnp.com.ua, ua-football.com, rozetka.com.ua, google.com, who.is, wikipedia.org, myfishka.com, ukrtelecom.ua, volia.com, facebook.com, csr-ukraine.org, hub1.com.ua, city-adm.lviv.ua, ua.news, speedtest.net, telecomawards.ua, csa.org.ua з інформацією про оператора мобільного зв'язку «lifecell».
6. Копія меморандуму від 20.06.2019 № б/н про взаємопорозуміння укладеного між заявником та Харківською міською радою.
7. Роздруківка з інформацією стосовно надання ліцензій на використання знака «lifecell».
8. Роздруківка сервісу «Google Analytics» щодо кількості відвідувань офіційного вебсайту заявника: lifecell.com.ua.
9. Довідка заявника від 08.10.2019 № 4312 щодо кількості відвідувачів вебсайту lifecell.com.ua.
10. Роздруківки з інформацією про мобільні додатки «lifecell».
11. Довідка ТОВ «Інтернет інвест» від 13.08.2019 № 740 стосовно доменних імен, які належать заявнику.
12. Фотографії зовнішньої реклами, листівок, плакатів, точок продажу зі знаком «lifecell».
13. Компакт-диск із записами рекламних відео-роликів «lifecell».
14. Роздруківки соціальних звітів «life» за 2011, 2013, 2014, 2015 роки.
15. Роздруківки соціальних звітів «lifecell» за 2016, 2017, 2018 роки.
16. Бухгалтерська довідка заявника від 24.09.2019 № б/н щодо витрат на рекламу за 2016-2019 роки.
17. Копія меморандуму про співпрацю укладеного між заявником та громадською спілкою «Федерація футболу України» 08.11.2016.
18. Копія меморандуму про співпрацю укладений між заявником та Київським національним університетом імені тараса Шевченка 18.05.2016.
19. Копія меморандуму про взаєморозуміння укладеного між заявником та Львівською обласною державною адміністрацією 14.09.2019.

30.06.2020 (вх. № ВКО/294-20) заявник надіслав доповнення та додаткові матеріали до заяви про визнання знака «lifecell» добре відомим в Україні. Додатково заявником надано наступні документи:

1. Роздруківка бібліографічних даних свідоцтва України № 211540 на знак для товарів і послуг «lifecell».
2. Роздруківка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань стосовно ТОВ «лайфселл».
3. Роздруківка з інформацією про ліцензії, надані заявнику Національною комісією, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації.
4. Роздруківка вебсайту Державної служби статистики України з інформацією про кількість абонентів операторів мобільного зв'язку в Україні.
5. Копії офіційних звітів заявника, які подавалися до Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації у період з 2016 по 2019 роки.
6. Копія офіційної довідки заявника від 18.05.2020 № 1237д щодо кількості активних карток мережі мобільного зв'язку «lifecell».
7. Копія листа компанії «Ookla» від 25.05.2017 № б/н щодо швидкості мобільного Інтернету «lifecell».
8. Роздруківка з офіційного вебсайту заявника з інформацією щодо системи масового оповіщення «ENS».
9. Копія меморандуму від 20.12.2017 № б/н між ТОВ «лайфселл» та Національним комітетом спорту інвалідів України.
10. Роздруківка з офіційного вебсайту заявника з інформацією щодо розгортання заявником мережі «NB-IOT».
11. Копія меморандуму від 20.06.2019 № б/н між ТОВ «лайфселл» та Харківською міською радою.
12. Роздруківка інформації щодо рейтингу «ТОП 100 найдорожчих брендів України».
13. Копія договору від 03.06.2019 № AS19UPA280 між заявником та ТОВ «Ізі Софт».
14. Довідка заявника від 18.05.2020 № 1251д щодо співпраці з ТОВ «ВОЛЯ-КАБЕЛЬ» та ПАТ «Укртелеком».
15. Роздруківка вебсайту заявника з інформацією щодо програми «Fishka».
16. Довідка заявника від 18.05.2020 № 1239д щодо кількості терміналів, які належать ТОВ «лайфселл».
17. Довідка заявника від 18.05.2020 № 1240д щодо пунктів продажу «lifecell».
18. Довідка заявника від 18.05.2020 № 1238д щодо магазинів під знаком «lifecell».
19. Довідка заявника від 08.10.2019 № 4312 щодо кількості відвідувачів офіційного вебсайту заявника.
20. Роздруківка вебсайту «Вікіпедія» про оператора мобільного зв'язку «lifecell».
21. Інформація про мобільні додатки заявника.
22. Довідка заявника від 18.05.2020 № 1236 стосовно доменних імен в мережі Інтернет.
23. Роздруківка сторінок пошукового сервісу «Google».

24. Роздруківка з інформацією щодо участі заявника у «3G» та «4G» тендерах.

25. Копія кількісного дослідження щодо виявлення лідера четвертого покоління інтернету серед національних операторів мобільного зв'язку, проведеного компанією «Кью енд Кью Діджитал» у червні 2018.

26. Копія меморандуму про співпрацю від 08.11.2016 № б/н укладеного між заявником та громадською спілкою «Федерація футболу України»

27. Копія договору про спонсорство № AM18USE069 від 31.01.2018.

28. Роздруківки з мережі Інтернет щодо благодійних проєктів заявника.

29. Інформація з мережі Інтернет щодо участі заявника у фотовиставці «Благодійність крізь призму об'єктива», фестивалі «3D Mapping Show», фестивалі «ВідеоЖара 2017», конференції «IT Arena», форумі «451E», форумі Ялтинської Європейської стратегії «YES», заході «Breakfast talks about sport», конференції «Procurement Hub», Весняному діловому форумі, конференції «iForum 2019».

30. DVD-диск з записами рекламних матеріалів заявника.

31. Копії договорів за 2016-2019 роки, укладених заявником щодо надання рекламних послуг.

32. Копії актів щодо наданих рекламних послуг за 2019, 2020 роки.

33. Роздруківки рекламних матеріалів заявника, які розміщувались в мережі Інтернет.

34. Копії ефірних довідок щодо розміщення реклами на телебаченні за 2016-2020 роки.

35. Копії рекламних листівок «lifecell».

36. Роздруківки з мережі Інтернет з інформацією щодо рейтингу «Краще корпоративне медіа України», премії «Telecom Awards 2017», нагороди «HR-бренд 2017», нагороди «Ukrainian Event Award 2017», нагороди «Top Ranking Performers 2017», премії Telecom Awards 2018.

02.07.2020 (вх. № ВКО/301-20) заявник надіслав доповнення та додаткові матеріали до заяви про визнання знака «lifecell» добре відомим в Україні. Додатково заявником надано наступні документи:

1. Довідка заявника від 18.05.2020 № 1242д щодо соціально-освітньої програми «Jump into life».

2. Довідка заявника від 18.05.2020 № 1241д щодо проведених благодійних заходів.

3. Довідка заявника від 18.05.2020 № 1236д щодо доменних імен в мережі Інтернет.

4. Довідка заявника від 18.05.2020 № 1237д щодо загальної кількості абонентів.

5. Довідка заявника від 18.05.2020 № 1251д щодо співпраці з ТОВ «ВОЛЯ-КАБЕЛЬ» та ПАТ «Укртелеком».

6. Довідка заявника від 18.05.2020 № 1252д щодо співпраці заявника з ПАТ «Концерн Галнафтогаз».

7. Довідка заявника від 18.05.2020 № 1239д щодо терміналів заявника.

8. Довідка заявника від 18.05.2020 № 1240д щодо магазинів під знаком «lifecell».
9. Довідка заявника від 18.05.2020 № 1243д щодо представництв заявника.
10. Довідка заявника від 18.05.2020 № 1238д щодо кількості партнерів заявника.
11. Довідка заявника від 26.06.2020 № 1719д щодо обсягу активних ідентифікаційних телекомунікаційних карток мережі рухомого (мобільного) зв'язку.
12. Довідка заявника від 26.06.2020 № 1729д щодо офіційного «YouTube»-каналу заявника.
13. Довідка заявника від 26.06.2020 № 1724д щодо мобільних додатків «lifecell».
14. Довідка заявника від 26.05.2020 № 1722д щодо партнерів заявника.
15. Довідка заявника від 26.06.2020 № 1721д щодо офісів заявника в Україні.
16. Копії договорів № 19UPA693 від 01.02.2020, № AS20UPA078 від 12.02.2020, № AS20UPA079 від 01.02.2020, № AS20UPA075 від 01.02.2020.
17. Копії договорів суборенди № AB18ULE694 від 01.01.2019, № AB17ULE1000 від 27.11.2017.

15.07.2020 (вх. № ВКО/327-20) заявник подав клопотання з уточненнями до заяви, у якому просить визнати знак «lifecell» добре відомим в Україні відносно Товариства з обмеженою відповідальністю «лайфселл» щодо послуг 38 класу МКТП «мобільний телефонний зв'язок; надавання доступу до світової комп'ютерної мережі» станом на 15 січня 2020 року.

Колегія Апеляційної палати всебічно та повно дослідила документи та інші матеріали, які були надані заявником як докази для підтвердження наявності факторів, що можуть впливати на визнання знака «lifecell» добре відомим в Україні, станом на 15 січня 2020 року, заслухала пояснення представника заявника та зазначає.

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.

Згідно з статтею 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 20-32 вересня 1999 року (далі – Рекомендація), під час визначення знака добре відомим мають бути взяті до уваги будь-які обставини, на підставі яких можна зробити висновок про те, що знак є добре відомим. Зокрема, розглядається інформація про наявність факторів, встановлених пунктом 2 статті 25 Закону, які є доречними.

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

1. Ступінь відомості чи визнання знака у відповідному секторі суспільства

Керуючись положеннями параграфу 2 (а) статті 2 Рекомендації, що визначає доречний сектор суспільства, в якому знак є добре відомим, найбільш доречним сектором суспільства для послуг, що надаються під знаком «lifecell», є широкі верстви населення України різного віку, статі, місця роботи, місця проживання та матеріального становища.

Відомість та визнання знака «lifecell» підтверджується звітами заявника, які подавалися до Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації у період з 2016 по 2019 роки та довідкою заявника від 18.05.2020 № 1237д щодо кількості активних ідентифікаційних телекомунікаційних карток мережі рухомого мобільного зв'язку «lifecell» за період з 2016 по 2020 рік.

Відповідно до наданих документів кількість активних абонентів мобільного зв'язку мережі «lifecell» становила: у 2016 році – 9231000 абонентів, у 2017 році – 7989800 абонентів, у 2018 році – 7306000 абонентів, у 2019 році – 7447700 абонентів, на кінець першого кварталу 2020 року – 7512900 абонентів.

Станом на 2019 рік зона покриття послуг заявника під знаком «lifecell» займала 95 % території України.

У 2017 році компанія «Ookla» відзначила «3G» мережу «lifecell» як найшвидшу серед українських мобільних операторів. Заявник отримав нагороду «OOKLA SPEEDTEST AWARD».

Крім того діяльність заявника була відзначена: премією «Telecom Awards 2017» в номінації «Рішення року в області мобільного та бездротового зв'язку» за найкращу швидкість та високу якість зв'язку; нагородою «HR-бренд 2017» за впровадження проекту AGILE-трансформації; нагородою «Ukrainian Event Award 2017» за кращий івент для бренду; нагородою всесвітнього конкурсу «Top Ranking Performers 2017» в номінаціях «Кращий канал самообслуговування» та «кращий проект по продажам»; премією «Telecom Awards 2018» в номінації

«Рішення року в області мобільного зв'язку»; нагородою конкурсу «Краще корпоративне медіа України - 2016».

За результатами дослідження наданих заявником документів колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що вони підтверджують високий ступінь відомості та визнання знака «lifecell» у відповідному секторі суспільства на 15 січня 2020 року.

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

Знак «lifecell» використовується заявником на території України, починаючи з 2016 року при наданні послуг мобільного телефонного зв'язку та доступу до світової комп'ютерної мережі.

Для забезпечення надання зазначених послуг заявник здійснює продаж власних товарів під знаком «lifecell» (стартові пакети, карти поповнення рахунку, пакети послуг тощо) на всій території України через розгалужену мережу магазинів та партнерських точок продажу «lifecell».

Відповідно до довідки заявника від 18.05.2020 № 1238д в Україні функціонує 283 магазини під знаком «lifecell», які знаходяться у 145 містах таких областей: Вінницька – 12 магазинів, Волинська – 5, Дніпропетровська – 11, Донецька – 5, Житомирська – 7, Закарпатська – 3, Запорізька – 6, Івано-Франківська – 5, Київська – 20, Кіровоградська – 1, Львівська – 20, Луганська – 1, Миколаївська – 4, Одеська – 24, Полтавська – 6, Рівненська – 5, Сумська – 2, Тернопільська – 3, Харківська – 21, Херсонська – 2, Хмельницька – 8, Черкаська – 14, Чернівецька – 3, Чернігівська – 12, м. Київ – 22.

Магазини під знаком «lifecell» надають повний спектр послуг та здійснюють обслуговування абонентів заявника.

Відповідно до наданої довідки від 26.05.2020 № 1722д продукцію заявника під знаком «lifecell» можна придбати у 25494 точках продажу по всій Україні, завдяки співпраці із 309 партнерами з розповсюдження, які забезпечують наявність продукції у пунктах продажу, інших ніж магазини «lifecell». Серед цих пунктів продажу: торговельні мережі, що здійснюють продаж побутової техніки, електроніки, продовольчих товарів, локальні пункти продажу (кіоски, магазини у малих містах та селах).

Крім того, під знаком «lifecell» функціонує 5 представництв заявника у Києві, Харкові, Дніпрі, Львові та Одесі.

Знак «lifecell» також використовується на платіжних терміналах, за допомогою яких абоненти заявника мають змогу поповнити особовий рахунок. Наразі кількість таких терміналів становить понад 121000 штук.

В мережі Інтернет знак «lifecell» активно використовується на офіційному вебсайті заявника – lifecell.ua, офіційних сторінках у соціальних мережах – «Facebook», «Instagram», «Twitter», відеохостінгу «Youtube» та інших веб сторінках, які містять інформацією про послуги заявника або рекламні матеріали.

Знаком «lifecell» маркуються мобільні додатки заявника, які доступні на сервісах «Play Market» та «App Store» а саме: «Fizy», «My lifecell», «Vip»,

«Paycell», «TV+», «Lifebox», «Lifecell Dating», «lifecell Sport», «lifecell Журнали», «lifecell Kidsworld» та інші.

Колегія Апеляційної палати вважає, що надані заявником відомості та відповідні документи свідчать про інтенсивне використання знака «lifecell» на території України протягом тривалого періоду часу відносно послуг 38 класу МКТП «мобільний телефонний зв'язок; надавання доступу до світової комп'ютерної мережі».

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

Протягом усього часу використання знака «lifecell» на території України проводяться активні рекламні компанії з його просування. Рекламування послуг під цим знаком здійснювалось різними способами, зокрема: на телебаченні, в мережі Інтернет, шляхом розміщення в зовнішній рекламі, під час організації різноманітних заходів, спонсорських та партнерських програм, благодійних проєктів, тощо.

Рекламування послуг під знаком «lifecell» здійснювалось зокрема такими українськими телеканалами як: «24 КАНАЛ», «5 КАНАЛ», «112», «Україна», «ENTER FILM», «EU MUSIC», «ICTV», «INDIGO TV», «INTER», «K1», «K2», «M1», «M2», «MEGA», «Новий Канал», «NLO-TV», «NTN», «OCE», «PIXEL», «Сонце», «СТБ».

Рекламування торговельної марки «lifecell» у мережі Інтернет відбувається шляхом розміщення банерів із зображеннями знака на різних вебсайтах, розміщення рекламних відеороликів на відеохостінгу «Youtube», просування через пошукові сервіси та ведення сторінок компанії у соціальних мережах.

Знак «lifecell» також просувався шляхом розміщення зовнішньої реклами: лайт-боксів, плакатів, панелей, білбордів.

З метою просування власного знака заявник, зокрема, підтримував та брав участь у таких заходах: соціально-мистецький проєкт відеопоезії «Долаючи тишу» (2017 рік), фотовиставка «Благодійність крізь призму об'єктива» (2016), «3D mapping шоу «Інновації, народжені в Україні» (2016 рік), фестиваль «ВідеоЖара 2017», конференція «IT Arena 2018», форум «451 Е» (2018 рік), форум «Регіональних державних службовців та молодих лідерів » (2018 рік), захід «Breakfast talks about sport» (2018 рік), конференція «Procurement Hub» (2018 рік), Весняний діловий форум (2019 рік), конференція «iForum2019».

Заявником також підписано меморандуми про співпрацю з Міністерством закордонних справ України, Львівською обласною державною адміністрацією, Харківською міською радою, Національним комітетом спорту інвалідів України, громадською спілкою «Федерація футболу України», Київським національним університетом імені Тараса Шевченка.

Витрати заявника на рекламування послуг під знаком «lifecell» у 2016 році склали 145,1 млн. грн., у 2017 – 88,1 млн. грн., у 2018 році – 133,6 млн. грн., у


першому півріччі 2019 року – 77,8 млн. грн., що підтверджується довідкою заявника від 24.09.2019.

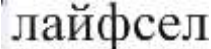
За результатами дослідження наданих документів колегія Апеляційної палати зазначає, що представлені відомості свідчать про активне та тривале просування знака «lifecell» та підтверджують обізнаність споживачів про цей знак відносно послуг 38 класу МКТП «мобільний телефонний зв'язок; надавання доступу до світової комп'ютерної мережі».

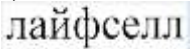
4. Тривалість та географічний район будь-яких реєстрацій та/або заявок на реєстрацію знака

На підтвердження факту реєстрацій знака заявник надав інформацію щодо реєстрації в Україні знака «lifecell».


Так, на ім'я компанії заявника зареєстровані наступні знаки для товарів і послуг:

 за свідоцтвом № 211540 (05, 09, 33, 35, 36, 37, 38 класи МКТП);

 за свідоцтвом № 223017 (05, 09, 33, 35, 36, 37, 38 класи МКТП);

 за свідоцтвом № 223018 (05, 09, 33, 35, 36, 37, 38 класи МКТП);



 за свідоцтвом № 263144 (35, 38 класи МКТП).

Заявником також було подано заявки на реєстрацію знаків для товарів і послуг:



lifeSport за заявкою № m 2018 11699 (09, 35, 38 класи МКТП);



за заявкою № m 2019 23804 (35, 38, 41 класи МКТП);

 за заявкою № m 2019 23806 (35, 38, 41 класи МКТП);

lifecell digital store за заявкою № m 2019 23810 (09, 35, 38 класи МКТП);

lifecell digital kiosk за заявкою № m 2019 23812 (09, 35, 38 класи МКТП);

lifecell діджитал магазин за заявкою № m 2019 23816 (09, 35, 38 класи МКТП).

На підставі наведених доказів щодо реєстрації знаків зі словесним елементом «lifecell» колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що заявник здійснював та продовжує здійснювати всі необхідні заходи для набуття і підтримання правової охорони цього знака в Україні.

5. Цінність, що асоціюється зі знаком

Згідно з рейтингом «ТОП 100 найдорожчих брендів України», складеного редакцією журналу «Новое время» у 2019 році, знак «lifecell» посів 19 місце серед національних торговельних марок та мав вартість 100 мільйонів доларів.

Враховуючи зазначене, колегія Апеляційної палати вважає, що цінність, яка асоціюється зі знаком «lifecell», є значною.

За результатами дослідження, аналізу та оцінки наданих заявником документів та матеріалів колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що вони підтверджують наявність факторів, що свідчать про добру відомість в Україні знака «lifecell» відносно Товариства з обмеженою відповідальністю «лайфселл» для послуг 38 класу МКТП «мобільний телефонний зв'язок; надавання доступу до світової комп'ютерної мережі» станом на 15 січня 2020 року.

Керуючись Паризькою конвенцією про охорону промислової власності, Законом України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», Регламентом Апеляційної палати Міністерства економічного розвитку і торгівлі 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 «lifecell» добре відомим в Україні відносно Товариства з обмеженою відповідальністю «лайфселл» щодо послуг 38 класу МКТП «мобільний телефонний зв'язок; надавання доступу до світової комп'ютерної мережі» станом на 15 січня 2020 року.

Рішення набирає чинності з дати його затвердження наказом Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України.

Додаток: зображення знака на 1 арк.

Головуючий колегії

М. Ю. Потоцький

Члени колегії

Б. М. Падучак

О. В. Жмурко

В. М. Ресенчук

О. О. Теньова

Додаток до рішення
Апеляційної палати від 15.07.2020

Зображення знака

lifecell