

Додаток  
до наказу Міністерства розвитку  
економіки, торгівлі та сільського  
господарства України  
17.06.2020 № 1719

**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**

17 червня 2020 року

Колегія Апеляційної палати Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Потоцького М.Ю. від 05.05.2020 № Р/34-20 у складі головуючого Потоцького М.Ю. та членів колегії Василенко М.О., Красовського В.Г., Терехової Т.В., Цибенко Л.А., розглянула заяву Приватного акціонерного товариства «Телерадіокомпанія Люкс» (пл. Галицька, буд. 15, м. Львів) про визнання знака «24, зобр.» добре відомим в Україні.

Представник заявника – патентний повірений Білицький П.В.

Зображення знака:  (додається).

Аргументація заявника

Заявник – Приватне акціонерне товариство «Телерадіокомпанія Люкс» (далі – ПрАТ «Телерадіокомпанія Люкс») просить визнати знак «24, зобр.» добре відомим в Україні відносно послуг 38 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП) «телевізійне транслювання» та 41 класу МКТП «створювання телевізійних програм новин» станом на 01 січня 2019 року.

Позиція заявника щодо доброї відомості знака «24, зобр.» ґрунтується на наступних відомостях.

Заявник був заснований у 1999 році, основним видом його господарської діяльності є діяльність у сфері телевізійного мовлення.

Для здійснення діяльності заявник у 2004 та 2006 роках отримав у Національній раді України з питань телебачення і радіомовлення необхідні ліцензії та своєчасно продовжував строки їх дії.

Фактично «24 канал» заявника працює з 1 березня 2006 року у всіх регіонах України шляхом ефірного, супутникового мовлення, через кабельні мережі та Інтернет.

«24 канал» подає новини в інформаційних блоках: останні події на політичній арені України і світу, новини економіки, спорту, шоу-бізнесу, технологій, авто, туризму тощо. Крім того, глядач отримує інформацію про погоду, курси валют.

До 2014 року канал здійснював мовлення виключно у форматі новин.

З 2014 року «24 канал» змінив програмне наповнення, увівши постійних ведучих та збільшивши кількість інформаційно-аналітичних програм та шоу.

«24 канал» пропонує глядачам телепрограми як власного виробництва, так і виробництва телеканалів-партнерів.

В якості доказів та на підтвердження своїх доводів про добру відомість в Україні знака «24, зобр.» заявником надані такі документальні відомості:

1. Копія статуту ПрАТ «Телерадіокомпанія Люкс» від 03.06.2010.
2. Копія витягу з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань стосовно ПрАТ «Телерадіокомпанія Люкс» станом на 21.04.2020.
3. Копії ліцензій на мовлення № 00582-м від 13.12.2004, № 00600-м від 29.12.2004, № 00584-м від 10.01.2006, з додатками.
4. Роздруківки сторінок вебсайту [wikipedia.org](http://wikipedia.org) з інформацією про «24 канал».
5. Роздруківки сторінок вебсайтів [24tv.ua](http://24tv.ua), [youtube.com](http://youtube.com), [facebook.com](http://facebook.com), [twitter.com](http://twitter.com).
6. Роздруківки сторінок «AppStore» та «GooglePlay» з мобільними додатками «24 канал», «24 футбол».
7. Роздруківки сторінок вебсайтів маркетингових та рекламних агентств з пропозиціями реклами на телеканалі «24».
8. Роздруківки сторінок вебсайту [inau.ua](http://inau.ua). з інформацією про Інтернет Асоціацію України.
9. Роздруківки рейтингу «Топ-100 новинних ресурсів суспільно-політичної тематики» за 2016-2019 роки, підготовленого Інтернет Асоціацію України.
10. Роздруківка рейтингу Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення «Рейтинг інформаційних телеканалів» за другий квартал 2018 року.
11. Роздруківка результатів моніторингу Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення стосовно частки української мови в ефірі загальнонаціональних телеканалів, який відбувався протягом 12-27 лютого 2017 року.
12. Копія листа Індустріального телевізійного комітету вих. № 0503-2 від 05.03.2020.

13. Копія звіту Приватного підприємства «Міжнародна маркетингова група Київ» від 03.03.2020 з результатами опитування стосовно доброї відомості знака «24, зобр.».

14. USB накопичувач із записом телефонної валідації респондентів, які брали участь в опитуванні стосовно доброї відомості знака «24, зобр.».

15. Копія договору № 200112 від 20.01.2012, укладеного між заявником та ТОВ «Порше Україна», на проведення тесту автомобіля.

16. Копії договорів № 1/2-2-12/5 від 10.01.2012, № ЛВ.07.12.16-269722 від 01.12.2016, № ЛВ.01.03.16-224729 від 04.03.2016, № ЛВ.25.04.17-290298 від 10.04.2017, № ЛВ.26.01.18-332453 від 26.01.2018, № ЛВ.27.08.18-364296 від 27.08.2018, № ЛВ.14.05.18-348809 від 13.02.2018, № ЛВ.01.01.19-379597 від 01.01.2019, № ЛВ.27.05.19-402822 від 27.05.2019, № 365428 від 28.05.2019, укладених заявником з контрагентами щодо надання рекламних, інформаційних послуг та послуг з популяризації імені або найменування та/чи знака для товарів і послуг.

17. Копії дипломів, грамот та подяк, якими відзначена діяльність заявника у 2003 – 2014 роках.

18. Роздруківки сторінок вебсайту <https://sostav.ua/> щодо ребрендингу телеканалу «24» у 2009 році.

19. Роздруківки сторінок вебсайту <https://telepedia.fandom.com/> щодо еволюції зображення знака «24, зобр.».

20. Копія довідки заявника вих. № ЛВ. 17.04.2020-446558 від 17.04.2020 щодо провайдерів телеканалу «24».

21. Копії договорів № 30-10.2006/4 від 30.10.2006, № 01-11.2006/15 від 01.11.2006, № 24-12.2008/1 від 01.01.2009, № 12-06.2009/0 від 01.07.2009, № 10.2.2011-6 від 15.02.2011, № 20.4.2011-3 від 01.05.2011, № 12.4.2012-28 від 12.04.2012, № 20.11.2013-2 від 20.11.2013, № 29.10.2013-6 від 29.10.2013, № 29.10.2013-6 від 29.10.2013, № 28.10.2013-3 від 28.10.2013, № 23.1.2013-6 від 23.01.2013, № 27.1.2014-1 від 24.01.2014, № 5.11.2013-3 від 01.01.2014, № 17.1.2014-2 від 01.01.2014, № 25.12.2013-6 від 01.01.2014, № ЛВ.24.08.15-185836 від 01.09.2015, № ЛВ.01.05.15-153545 від 01.05.2015, № 1 від 01.01.2015, № ЛВ.11.01.16-213908 від 11.01.2016, № 2016/24К від 25.02.2016, № 180578 від 01.06.2018, № ЛВ.01.01.20-432650 від 01.01.2020, укладених з провайдерами щодо ретрансляції телеканалу «24».

22. Роздруківки інформації стосовно підтримки заявником концертів гурту «Скорпіонс» (2012 рік), Наталки Карпи (2014 рік), пам'яті Скрыбіна (2015 рік), Бориса Гребенщикова (2015 рік), Піанобой (2016 рік), Онуки (2016 рік), Джамали (2016 рік), гурту «Друга ріка» (2016 рік), Тіни Кароль (2017 рік), Павла Табакова (2017 рік), міжнародного фестивалю класичної музики «ЛьвівМоцарт» (2017 рік).

23. Роздруківки сторінок вебсайту Національного академічного драматичного театру ім. Івана Франка у м. Києві.

24. Роздруківки з інформацією щодо проведення фестивалів моди «Львів Fashion Week» у 2016, 2018 роках.

25. Роздруківки інформації щодо фестивалю перегляду сучасного польського кіно «Під високим замком» у 2014, 2017 роках.

26. Роздруківки інформації щодо фестивалю партнерства під патронатом Генерального Консульства Республіки Польща у 2017 році.

27. Роздруківки з інформацією щодо медіа-партнерства телеканалу «24», який забезпечував інформаційну підтримку спортивних заходів: кваліфікаційного турніру Жіночого Кубку Світу ФІФА 2015 (29.10.2014), благодійного велопробігу «Кручу педалі» (29.05.2016), чемпіонату світу з «Стронг мену» (17.07.2016).

28. Роздруківки з інформацією щодо проведення «Осінньої юридичної конференції» (18.10.2013), конференції «Телебачення, як Бізнес» (11.10.2018), «Весняного ділового форуму» (19-20.04.2018 та 11-12.04.2019), «Західного форуму» (06.12.2019).

29. Бібліографічні дані свідоцтв України на знаки для товарів і послуг №№ 68598, 90545, 137305, 139014, 130095, 134488, 139498.

30. Роздруківка сторінок вебсайту <https://delo.ua/> з інформацією щодо вартості телеканалу «ТОНІС».

09.06.2020 (вих. № ВКО/256-20) заявник надіслав доповнення та додаткові матеріали до заяви про визнання знака «24, зобр.» добре відомим в Україні. Додатково заявником надано наступні документи:

1. Роздруківки сторінок вебсайту <https://favor.com.ua/> з інформацією щодо участі каналу «24» у конкурсі «Фаворити успіху».

2. Роздруківки сторінок вебсайту <https://imi.org.ua/>, що містять відомості про моніторинг онлайн-медіа стосовно рівня конструктивності новинних матеріалів про COVID-19.

3. Довідка заявника вих. № ЛВ.28.05.2020-450537 від 28.05.2020 щодо програм власного виробництва, створених за період 2006-2019 років.

4. Довідка заявника вих. № ЛВ.27.05.2020-450244 від 27.05.2020 про розмір доходів і сплачених податків та внесків за період 2006-2019 років.

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 «24, зобр.» добре відомим в Україні, станом на 1 січня 2019 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<sup>bis</sup> 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 20-29 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 «24, зобр.» 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 реалізуються під знаком «24, зобр.», є широкі верстви населення України різного віку, статі та статусу, які цікавляться новинами, зокрема, політичними. Фактичними споживачами названих послуг телеканалу «24» є населення України віком від 18 років.

Відомість та визнання знака «24, зобр.» підтверджується звітом Приватного підприємства «Міжнародна маркетингова група Київ» від 03.03.2020 за результатами опитування стосовно доброї відомості знака. Цільовою аудиторією опитування визначено осіб від 18 років, які дивляться канали новин не рідше 1-2 разів на тиждень та професійну аудиторію (8-10%). Було опитано 1600 респондентів у 6 містах України: Київ, Харків, Одеса, Запоріжжя, Дніпро та Львів (метод – онлайн інтерв'ю з телефонною валідацією 10% респондентів).

За результатами опитування встановлено, що знак «24, зобр.» відомий 97,1% респондентів. 97,6% опитаних респондентів вважає, що поданий знак застосовується для позначення телевізійного каналу новин та створення телевізійних програм новин. 62,8% респондентів відомо, що власником знака є Телерадіокомпанія «Люкс». Серед професійної аудиторії 83,6% респондентів відомо, що власником знака є заявник. 47,9% респондентів вперше дізнались про знак раніше ніж: 1 січня 2010 року. 36% знають даний знак щонайменше з 1 січня 2010 року, а станом на 1 січня 2019 року знак вже знали 99,9% респондентів.

На підтвердження визнання знака у відповідному секторі суспільства заявником також надано рейтинги «Топ-100 новинних ресурсів суспільно-політичної тематики», які склалися з 2016 по 2019 роки Комітетом Інтернет Асоціації України (ІнаУ).

Згідно з зазначеним рейтингом вебсайт заявника «24tv.ua», за допомогою якого споживачі мають цілодобовий доступ до онлайн трансляції телеканалу «24», входить у першу п'ятірку лідерів, а у грудні 2017, січні, травні та листопаді 2018, грудні 2019 років вказаний вебсайт посідав у цьому рейтингу перше місце.

Згідно «Рейтингу інформаційних телеканалів», що складався за підтримки Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення та Індустріального телевізійного комітету, у другому кварталі 2018 року «24 канал» посів третє місце серед сімох найбільш популярних в Україні інформаційних телеканалів, а за результатами моніторингу Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення стосовно частки української мови в ефірі загальнонаціональних телеканалів, який відбувався протягом 12-27 лютого 2017 року, «24 канал» посів п'яте місце серед 23 найбільш популярних телеканалів.

Відповідно до листа Індустріального телевізійного комітету від 05.03.2020 охоплення аудиторії телеканалом «24» в Україні за період з 2014 по 2019 рік складає 80,79% цільової групи телеглядачів, що дорівнює 29 853 928 осіб.

Заявником також надано роздруківки вебсайту favor.com.ua, що підтверджують перемогу телеканалу «24» у конкурсі «Фаворит успіху» в категорії «новинний телеканал» у 2009 та 2012 роках. У 2010, 2011, 2013, 2014, 2015, 2018, та 2019 роках телеканал «24» посідав друге місце у зазначеному конкурсі.

За результатами дослідження наданих заявником документів колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що вони підтверджують високий ступінь відомості та визнання знака «24, зобр.» у відповідному секторі суспільства на дату 1 січня 2019 року.

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

Знак «24, зобр.» використовується заявником на території України, починаючи з 2009 року в якості логотипу телеканалу (постійної екранної заставки) під час ефірного, супутникового та Інтернет мовлення телеканалу.

Знак «24, зобр.» також використовується на власному вебсайті заявника 24tv.ua, який надає відкритий цілодобовий доступ до онлайн-трансляції телеканалу «24», на YouTube-каналі «24 канал онлайн», в соціальних мережах: «Facebook, «Twitter», в мобільних додатках «24 канал», «24 футбол», на вебсайтах маркетингових та рекламних агентств з пропозиціями реклами на телеканалі «24», на вебсайтах партнерів в якості інформації про телеканал «24», як медійного партнера, в господарських договорах.

Зона мовлення телеканалу «24» охоплює всю територію України та виходить за її межі. Транслявання телеканалу здійснюється цілодобово шляхом

ефірного мовлення, аналогового, цифрового, IPTV мовлення в мережах кабельного телебачення, через мережу Інтернет та супутник.

Заявником, починаючи з 2006 року, було укладено значну кількість договорів з провайдерами українського ринку телекомунікацій стосовно ретрансляції телеканалу «24» на території України (надано копії договорів).

На підставі довідки заявника вих. № ЛВ.28.05.2020-450537 від 28.05.2020 колегія Апеляційної палати встановила перелік телевізійних програм власного виробництва, які були створені за період 2006-2019 років і трансливались на каналі «24». Відомості щодо телепрограм, які пропонуються глядачам для перегляду на каналі «24», наведений на офіційному вебсайті за посиланням [https://24tv.ua/ru/programmy\\_tag1161/](https://24tv.ua/ru/programmy_tag1161/).

Колегія Апеляційної палати вважає, що надані заявником відомості та відповідні документи свідчать про інтенсивне використання знака «24, зобр.» на території України протягом тривалого періоду часу відносно послуг 38 класу МКТП «телевізійне трансливання» та 41 класу МКТП «створювання телевізійних програм новин».

### **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**

Просування знака «24, зобр.» відбувалось за рахунок медійного спонсорства (підтримки) телеканалом «24» різноманітних заходів.

Заявником надано роздруківки стосовно підтримки ним концертів гурту «Скорпіонс» (2012 рік), Наталки Карпи (2014 рік), пам'яті Скрябіна (2015 рік), Бориса Гребенщикова (2015 рік), Піанобой (2016 рік), Онуки (2016 рік), Джамали (2016 рік), гурту «Друга ріка» (2016 рік), Тіни Кароль (2017 рік), Павла Табакова (2017 рік), міжнародного фестивалю класичної музики «ЛьвівМоцарт» (2017 рік).

З 2017 року «24 канал» є медіа-партнером Національного академічного драматичного театру ім. Івана Франка у місті Києві.

У 2016 та 2018 році телеканалом «24» здійснювалась підтримка заходів високої моди «Львів Fashion Week».

Заявником також надано роздруківки стосовно підтримки ним фестивалю перегляду сучасного польського кіно «Під високим замком» у 2014, 2017 роках, фестивалю партнерства під патронатом Генерального Консульства Республіки Польща у Львові (2017 рік).

Канал «24» був офіційним телевізійним партнером матчу кваліфікаційного турніру Жіночого Кубку Світу ФІФА 2015 за участю національної збірної команди України, благодійного велопробігу «Кручу педалі» (2016 рік), чемпіонату світу зі «Стронг мену» (2016 рік).

Крім того, каналом «24» здійснювалась медіа підтримка та участь у конференціях та форумах на різноманітну тематику: «Осінь юридична конференція» (2013 рік), конференція «Телебачення, як Бізнес» (2018 рік), «Весняний діловий форум» (2018, 2019 роки), «Західний форум» (2019 рік).

Участь в якості інформаційного спонсора вищезазначених подій сприяла формуванню позитивного іміджу заявника серед споживачів та зростанню відомості знака «24, зобр.» за рахунок його демонстрації в анонсах подій, рекламних кампаніях, спрямованих на привернення уваги глядачів, а також безпосередньо під час проведення спонсорованих заходів.

За результатами дослідження наданих документів колегія Апеляційної палати зазначає, що представлені відомості свідчать про активне та тривале просування знака «24, зобр.» та підтверджують обізнаність споживачів про цей знак відносно послуг 38 класу МКТП «телевізійне транслювання» та 41 класу МКТП «створювання телевізійних програм новин».

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

На підтвердження наявності правової охорони знака заявник надав інформацію щодо реєстрацій в Україні знака «24, зобр.» та інших знаків, до складу яких входить елемент «24».

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



за свідоцтвом № 90545 (35, 38, 41 класи МКТП);



за свідоцтвом № 137305 (35, 38, 41 класи МКТП);



за свідоцтвом № 139014 (35, 38, 41 класи МКТП);



за свідоцтвом № 130095 (35, 38 класи МКТП);



за свідоцтвом № 134488 (38, 39 класи МКТП);



за свідоцтвом № 139498 (38 клас МКТП);



за свідоцтвом № 68598 (35, 38, 41 клас МКТП) (не діє).

На підставі наведених доказів щодо здійснених реєстрацій знака «24, зобр.» 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**

Заявник зазначає, що на цінність знака «24, зобр.» впливає рейтинг послуг, що ним маркуються. Відповідно до наданих заявником документів на підтвердження ступеня відомості та визнання знака у відповідному секторі суспільства, «24 канал» є одним із лідерів українського ринку телевізійних інформаційних каналів і охоплення його аудиторії в Україні є значним.



Крім того, цінність знака «24, зобр.» може бути встановлена за ринковим порівняльним підходом на підставі відомостей про вартість правочинів стосовно купівлі-продажу інших українських телевізійних інформаційних каналів. Так, наприклад, вартість контрольного пакету акцій телеканалу «ТОНІС» у 2011 році була оцінена у 35 мільйонів доларів.

Враховуючи зазначене, колегія Апеляційної палати вважає, що цінність, яка асоціюється зі знаком «24, зобр.», 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 «24, зобр.» відносно Приватного акціонерного товариства «Телерадіокомпанія Люкс» для послуг 38 класу МКТП «телевізійне транслювання» та послуг 41 класу МКТП «створювання телевізійних програм новин» станом на 01 січня 2019 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 «24, зобр.» добре відомим в Україні відносно Приватного акціонерного товариства «Телерадіокомпанія Люкс» щодо послуг 38 класу МКТП «телевізійне транслювання» та послуг 41 класу МКТП «створювання телевізійних програм новин» станом на 01 січня 2019 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

М. О. Василенко

В. Г. Красовський

Т. В. Терехова

Л. А. Цибенко

Додаток до рішення  
Апеляційної палати від 17.06.2020

Зображення знака

