

Додаток
до наказу Міністерства економічного
розвитку і торгівлі України
27.04.2018 № 593

**МІНІСТЕРСТВО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ І ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ
(Мінекономрозвитку)**

АПЕЛЯЦІЙНА ПАЛАТА

вул. М. Грушевського, 12/2, м. Київ, 01008, тел. 253- 93-94, факс 226-31-81
Web: <http://www.me.gov.ua>, e-mail: meconomy@me.gov.ua

РІШЕННЯ

6 лютого 2018 року

Колегія Апеляційної палати Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Перевезенцева О.Ю. від 22.12.2017 № Р/128-17 у складі головуєчого Перевезенцева О.Ю. та членів колегії Шатової І.О., Жмурко О.В., Терехової Т.В., Теньової О.О. розглянула заяву ЛЕГО Джуріс А/С (Lego Juris A/S) (DK-7190, Біллунд, Данія (DK) про визнання знака “LEGO” добре відомим в Україні.

Представник заявника – патентний повірений Мамуня О.С.

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

Аргументація заявника

Заявник – ЛЕГО Джуріс А/С (Lego Juris A/S) просить визнати знак “LEGO” за свідоцтвом України № 2347 добре відомим в Україні відносно товарів 28 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП): “ігри; іграшки; ігрові конструктори” станом на 1 січня 2014 року.

Заява ґрунтується на таких доводах заявника.

Словесний знак “LEGO” є власністю групи компаній ЛЕГО, що заснована у 1932 році Оле Кірком Крістіансенем, теслярем з невеликого містечка Біллунд, Данія. Свою назву компанія одержала у 1934 році від словосполучення “LEg GOdt” – “грати добре” на данській мові. У п’ятдесятих роках ХХ століття, данське патентне відомство зареєструвало перший знак “LEGO”, а згодом компанія отримала патент, який охороняв унікальний принцип з’єднання цеглинок, які є основою всієї лінійки продуктів компанії.

За багато років іграшки LEGO двічі здобували нагороду “Іграшка століття” і, не зважаючи на значні вдосконалення конструкторів LEGO, їх основою досі залишається відома цеглинка LEGO.

Станом на 1968 рік обсяг щорічних продажів іграшок LEGO склав близько 19 мільйонів наборів. Згодом, у сімдесятих роках, обсяг проданих іграшкових елементів перевищив 1,8 мільярдів. На кінець двохтисячних років компанія ЛЕГО входить до ТОП-5 найбільших у світі виробників іграшок та іграшкових наборів.

На території України знак “LEGO” за свідоцтвом № 2347 охороняється з 15.11.1993 за заявкою, що була подана 20.04.1971, ще за часів існування Радянського Союзу.

Знак “LEGO” та інші знаки компанії, що містять у своєму складі це позначення, активно використовуються в Україні з 1991 року шляхом нанесення на товар, зокрема, безпосередньо на кожен деталь (цеглинку), на упакування, під час продажу ігор та іграшок, рекламування продукції на телебаченні, просування іграшкових наборів шляхом різноманітних маркетингових заходів, у рекламних матеріалах та друкованих виданнях, зокрема призначених для дитячої аудиторії, тощо.

В Україні компанія ЛЕГО представлена Товариством з обмеженою відповідальністю “ЛЕГО Україна”, яке було створено у 2010 році. Єдиним засновником та учасником ТОВ “ЛЕГО Україна” є компанія ЛЕГО А/С.

Управління об’єктами інтелектуальної власності, що використовується групою компаній ЛЕГО, здійснює компанія ЛЕГО Джуріс А/С, яка надала окремі виключні міжнародні права на використання знака “LEGO” своїй афілійованій особі – ЛЕГО Систем А/С (Lego System A/S).

У свою чергу, компанія ЛЕГО Систем А/С надала право на використання знака “LEGO” ТОВ “ЛЕГО Україна” на основі ліцензійних договорів. Таким чином, заявник – ЛЕГО Джуріс А/С, а також ТОВ “ЛЕГО Україна”, компанії ЛЕГО А/С та ЛЕГО Систем А/С є пов’язаними особами та входять до складу групи компаній ЛЕГО.

В якості доказів та на підтвердження своїх доводів про добру відомість в Україні знака “LEGO” станом на 1 січня 2014 року заявником надані такі документальні відомості:

1. Зображення знака “LEGO”.
2. Копія статуту компанії ЛЕГО Джуріс А/С (Lego Juris A/S) від 27.02.2017.
3. Копія виписки щодо компанії ЛЕГО Джуріс А/С (Lego Juris A/S) із комерційного реєстру Королівства Данія від 16.11.2017.
4. Копія статуту ТОВ “ЛЕГО Україна” від 26.01.2010.
5. Виписка із Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців щодо ТОВ “ЛЕГО Україна” від 11.12.2015.

6. Лист-підтвердження права ЛЕГО Систем А/С на використання знака “LEGO” від 09.11.2017.
7. Копії ліцензійних договорів № 1 від 23.11.2011 та № 2 від 01.10.2012.
8. Копія звіту ТОВ “Тейлор Нельсон Софрез Україна” “Дослідження впізнаваності фірмової назви і логотипу виробника дитячих іграшок” № 4069 від 12.12.2017.
9. Звіт “ОАО “ВЦИОМ” “Определение уровня общеизвестности товарного знака “LEGO” за 2012 рік.
10. Копія листа-підтвердження Міністерства освіти і науки України від 08.11.2010 № 1-4/18-Г-745.
11. Копія Меморандуму між Міністерством освіти і науки України та ЛЕГО Фаундейшн від 10.07.2010.
12. Копія довідки-підтвердження від ТОВ “Пролего” від 12.12.2017.
13. Копія рейтингу корпоративної репутації “RepTrak™ 100” за 2011 рік.
14. Копія дослідження “The 2012 Global RepTrak™ 100” за 2012 рік.
15. Роздруківки відомостей “Ranking the Brands” із веб-сайту: rankingthebrands.com.
16. Копія контракту № 17-1/08 від 14.11.2007 між “LEGO System A/S”, “LEGO Trading A/S” та ТОВ “Бельвіль”.
17. Копія договору купівлі-продажу № 34 від 26.08.2010 між ТОВ “ЛЕГО Україна” та ФОП Підлипською Риммою Василівною зі специфікаціями.
18. Копія договору купівлі-продажу між ТОВ “ЛЕГО Україна” та ПП Фірма “Вонс” № 46/1 від 03.10.2011 зі специфікаціями.
19. Копія договору купівлі-продажу між ТОВ “ЛЕГО Україна” та ТОВ “Планеттойс” № 36 від 09.09.2010 зі специфікаціями.
20. Копія договору купівлі-продажу між ТОВ “ЛЕГО Україна” та Стоцькою Оленою Віталіївною № 43 від 15.07.2011 зі специфікаціями.
21. Копія договору купівлі-продажу між ТОВ “ЛЕГО Україна” та ТОВ “Альфа-забава” № 46 від 10.08.2011 зі специфікаціями.
22. Копія договору купівлі-продажу між ТОВ “ЛЕГО Україна” та ТОВ “Паритет-Смік” № 29 від 16.08.2010 зі специфікаціями.
23. Копія договору купівлі-продажу між ТОВ “ЛЕГО Україна” та ТОВ “Бельвіль” № 1 від 14.07.2010.
24. Копії договорів поставки між ТОВ “ЛЕГО Україна” та ТОВ “Ріал Істейт Ф.К.А.У.” № 3035 від 26.07.2010, № п3035 від 01.01.2012.
25. Копія договору поставки між ТОВ “ЛЕГО Україна” та ТОВ “ФОЗЗІ-ФУД” № 3145 від 01.08.2013.
26. Копії договорів поставки між ТОВ “ЛЕГО Україна” та ТОВ “МЕТРО Кеш енд Кері Україна” № 25573 від 01.07.2012, № 25573 від 01.06.2013.
27. Копії митних декларацій № 10001400001/2011/002428 (2011 рік), № 100200000/2012/486699 (2012 рік), № 100270000/2013/253955 (2013 рік), № 100270000/2013/242094 (2013 рік).

28. Копії договорів про проведення робіт з оцінювання відповідності № 12-18-11-Д від 31.01.2011, № 115-11-Д від 14.06.2011, № 153-12-Д від 16.02.2012.

29. Додаток № 6 до Договору між ТОВ “ЛЕГО Україна” та ТОВ “МЕТРО Кеш енд Кері Україна” № 25573 від 30.07.2012.

30. Ефірні довідки щодо рекламування іграшок “LEGO” на телеканалах “QTV”, “Новий канал”, “К1”, “ТЕТ”, “1+1”, “СТБ”, “Піксель” та “PLUSPLUS”.

31. Копія договору про розміщення телевізійної реклами № 28 від 01.03.2010 між ТОВ “ЛЕГО Україна” та ТОВ “РА “АІТІ” з додатками.

32. Копії рахунків на оплату витрат на просування іграшок “LEGO” за 2010-2012 роки.

33. Копія додатку № 7 до договору між ТОВ “ЛЕГО Україна” та ТОВ “МЕТРО Кеш енд Кері Україна” № 25573 від 01.07.2012.

34. Копії договорів про торговельне співробітництво між ТОВ “ЛЕГО Україна” та ТОВ “Ріал Істейт Ф.К.А.У” № у3035 від 01.01.2012, № у3035 від 01.01.2013.

35. Копія договору між ТОВ “ЛЕГО Україна” та ТОВ “Оупен Бордерс Медіа” № 22/04/2011/м від 22.04.2011.

36. Копія договору поставки між ТОВ “ЛЕГО Україна” та ТОВ “АСК Групп” № 260511-01 від 26.05.2011.

37. Копія договору про надання рекламних послуг між ТОВ “ЛЕГО Україна” та ТОВ “Дитячий міжнародний журнал “Познайка” № р04/01/11/1 від 04.01.2011 з додатками.

38. Копія договору між ТОВ “ЛЕГО Україна” та ТОВ “Стафф Сервіс Глобал” № 1 від 04.01.2011 з додатками.

39. Копії договорів між ТОВ “ЛЕГО Україна” та ТОВ “Уайлд Групп” № 1/11 від 04.01.2011, № 16/01 від 16.01.2013.

40. Копія договору на розміщення реклами між ТОВ “ЛЕГО Україна” та ТОВ “КОМПАНЬОН ГРУП” № 200/10 від 16.12.2010 з додатками.

41. Копія договору між ТОВ “ЛЕГО Україна” та ТОВ “Віта Лайн Україна” № 20/01/11-09 від 20.01.2011 з додатками.

42. Копії договорів між ТОВ “ЛЕГО Україна” та ФОП Колдуненком В.С. № 6 від 06.05.2010, № 240112 від 24.01.2012 з додатками.

43. Звіти ТОВ “Імпакто” щодо надання послуг з проведення маркетингових заходів за 2011, 2012, 2013 роки.

44. Копія Листа-підтвердження “Quad/Graphics Europe Sp.z o.o” від 12.12.2017.

45. Дослідження використання знака для товарів і послуг “LEGO” в українських ЗМІ протягом 2006-2013 років, підготовлене ТОВ “Агентство корпоративних новин” від 11.12.2017.

46. Афідевіт компанії ЛЕГО Джуріс А/С щодо міжнародних та зарубіжних національних реєстрацій знака для товарів і послуг “LEGO”.

47. Копія свідоцтва Російської Федерації № 129 від 25.10.2005 на загальновідомий товарний знак “LEGO”.

48. Звіт консалтингової компанії “Зассо” щодо репутації марки “LEGO” як добре відомої у зарубіжних країнах.

49. Звіт про найцінніші міжнародні бренди “Brand Finance 500 Global 500 2017”.

50. Примірники журналів: “Пізнайко” (№№ 1,2 за 2012 рік, №№ 2-4 за 2013 р.), “Професор Крейд” (№№ 1, 2 за 2012 рік, №№ 1-3 за 2013 рік), “Твой Малыш” (№№ 2, 3 та 5 за 2012 рік, №№ 2, 4, 5 та 10 за 2013 рік), “Хорошие родители” (№№ 3 та 4 за 2012 рік та №№ 2-4 за 2013 рік), “Умейка” (№ 1 за 2012 рік та №№ 1-4 за 2013 рік), “Лиза. Мой ребенок” (№ 4 за 2012 рік та №№ 4-5 за 2013 рік), “Мама и я” (№ 3-4 за 2012 рік та №№ 2, 4 за 2013 рік).

51. Каталоги ігор та іграшкових наборів “LEGO”.

Колегія Апеляційної палати всебічно та в повному обсязі дослідила документи та матеріали, що були надані заявниками в якості доказів наявності факторів та обставин, на підставі яких можна зробити висновок про те, що знак “LEGO” є добре відомим в Україні, та вислухала пояснення представника заявника.

Під час дослідження, аналізу та оцінки доводів, обґрунтувань, доказів і пояснень колегія Апеляційної палати керувалася наступним.

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 із 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 20-29 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, в тому числі інформацію про фактори, що визначені Законом, хоча і не обмежуючись нею.

Для встановлення того, чи є знак “LEGO” добре відомим в Україні, колегією Апеляційної палати розглянуті, зокрема, такі фактори:

1. Ступінь відомості чи визнання знака у відповідному секторі суспільства

Положеннями параграфу 2 (а) статті 2 Рекомендації ВОІВ щодо визначення доречного сектора суспільства, в якому знак є добре відомим, встановлено, що такими секторами можуть бути: фактичні та/або потенційні споживачі того виду товарів і/або послуг, для яких використовується знак; особи, які беруть участь у забезпеченні каналів поширення того виду товарів і/або послуг, для яких використовується знак; ділові кола, які займаються тим видом товарів і/або послуг, для яких використовується знак.

Найбільш доречним і широким сектором суспільства для знака “LEGO” є особи віком від 18 до 55 років, що мають дітей у віці до 16 років.

Відомість та визнання знака “LEGO” у суспільстві підтверджується результатами соціологічного опитування, проведеного ТОВ “Тейлор Нельсон Софрез Україна”. Під час дослідження опитано понад 1 500 респондентів у 5 містах України: Київ, Харків, Одеса, Запоріжжя, Дніпро та Львів.

За результатами дослідження 97 % опитаних знають знак “LEGO”. Для більшості респондентів цей знак відомий понад 10 років. Більше половини дізналися про знак у період з 1991 по 2005 роки, з них близько третини – у період з 1996 по 2000 роки. 99 % з тих, кому відомий знак “LEGO”, асоціюють його з такими товарами, як ігри та іграшки. Більше половини опитаних вважають власником знака “LEGO” компанію ЛЕГО Джуріс А/С.

У 2010 році Міністерство освіти і науки України та компанія “ЛЕГО Фаундейшн” уклали меморандум про взаєморозуміння щодо впровадження нових методів навчання на основі програми “Лего Ед’юкейшн”, що передбачає використання в освіті навчальних іграшкових наборів конструкторів “LEGO”.

Крім цього, іграшкові набори “LEGO” є основою діяльності технічних студій “Винахідник”, де діти та підлітки опановують навички конструювання і роботехніки за допомогою іграшок “LEGO”. Станом на 2013 рік по всій Україні функціонувало 11 студій “Винахідник”, учасниками яких було більше 10 000 осіб.

Відомість та визнання знака “LEGO” підтверджується також найвищими позиціями бренду “LEGO” у багатьох рейтингах світових брендів за 2009 – 2014 роки. Зокрема, за даними “The 2012 Global RepTrak™ 100” бренд “LEGO” зберіг за собою місце у топ-десятці світових брендів.

За результатами дослідження документів, наданих заявником на підтвердження ступеня відомості знака, колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що знак “LEGO” мав широку відомість серед споживачів на дату 1 січня 2014 року та отримав визнання у відповідному секторі суспільства.

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

Продаж ігор та іграшок “LEGO” на території України розпочався у 1991 році, здійснювався безперервно, зокрема до 01.01.2014 року, а також продовжується на сьогоднішній день.

Довготривале та безпосереднє використання знака “LEGO” підтверджується договорами купівлі-продажу іграшок “LEGO”, договорами поставки, вантажними митними деклараціями.

За період з лютого 2010 року по грудень 2013 року ТОВ “ЛЕГО Україна” придбала у компанії ЛЕГО Систем А/С іграшок та іграшкових наборів, маркованих знаком “LEGO”, на загальну суму 241 317 935 грн.

Відповідно до інформаційної довідки заявника з лютого 2010 року по грудень 2013 року обсяг реалізації іграшок та іграшкових наборів торговельної марки “LEGO” склав на загальну суму 398 048 452 грн.

Ігри та іграшкові набори “LEGO” реалізовувались, зокрема, у таких торговельних мережах як “АШАН”, “Сільпо”, “Метро”.

Поставки ігор та іграшок “LEGO” здійснювалися по всій Україні (до Луцька, Рівного, Житомира, Чернігова, Сум, Харкова, Полтави, Черкас, Вінниці, Хмельницького, Тернополя, Львова, Ужгорода, Івано-Франківська, Чернівців, Одеси, Кіровограда, Миколаєва, Херсона, Донецька, Луганська, Дніпропетровська, Маріуполя, Кременчука, Кривого Рогу, Мелітополя, Сімферополя та Севастополя).

За результатом розгляду наданих заявником відомостей та доказів колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що вони підтверджують факт тривалого, безперервного та у значних обсягах використання знака “LEGO” в Україні станом на 1 січня 2014 року.

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 “LEGO” на території України проводилися активні рекламні компанії з його просування.

Рекламування продукції під цим знаком здійснювалося різними засобами, зокрема: на телебаченні, в друкованих засобах масової інформації, в мережі

Інтернет, шляхом розміщення зовнішньої та внутрішньої реклами, під час організації різноманітних маркетингових заходів тощо.

Інтенсивне рекламування на телебаченні іграшкової продукції під знаком “LEGO” підтверджується ефірними довідками, згідно з якими за період 2010-2013 роки рекламні матеріали виходили в ефірі телеканалів “QTV”, “Новий канал”, “К1”, “ТЕТ”, “1+1”, “СТБ”, “Піксель” та “PLUSPLUS” – 4653 рази із загальним хронометражем більше 79 000 секунд.

Послуги з розміщення зазначеної телевізійної реклами надавались за договором № 28 від 01.03.2010 про надання послуг у сфері реклами, укладеним між ТОВ “ЛЕГО Україна” та ТОВ “РА “АІТІ”. За цим договором до 01.01.2014 було замовлено послуг на суму 29 517 073 грн.

Активне просування маркованої знаком “LEGO” іграшкової продукції також здійснювалось шляхом розміщення рекламних матеріалів у друкованих засобах масової інформації, а саме: виданні “Business.Ukraine” у 2011 році; журналі “Пізнайка” протягом 2011-2013 років (тираж 177 000 примірників); журналі “Професор Крейд” протягом 2011-2013 років (тираж 60 000 примірників); журналі “Твой Малыш” протягом 2012-2013 років (тираж 60 000 примірників); журналі “Хорошие родители” протягом 2012-2013 років (тираж 225 000 примірників); журналі “Умейка” протягом 2012-2013 років (тираж 125 000 примірників); журналі “Лиза. Мой ребенок” протягом 2012-2013 років (тираж 260 000 примірників); журналі “Мама и я” протягом 2012-2013 років (тираж 60 000 примірників).

Маркетингові заходи, пов’язані із просуванням іграшкових наборів “LEGO”, здійснювались ТОВ “МЕТРО Кеш енд Кері Україна”, яке відповідно до укладеного договору здійснювало маркетингові заходи (більше 60 видів), включаючи такі послуги як: рекламування в “МЕТРО-пошти”, рекламу в інформаційних виданнях-каталогах, рекламу в листівках-вкладниках, рекламу на білбордах.

Крім того, рекламування ігор, іграшок та ігрових наборів “LEGO” здійснювались в таких магазинах як “Будинок іграшок”, “СМИК” “Антошка” та “Дитячий світ” у Києві, Дніпропетровську, Черкасах, Львові, Харкові, Одесі, Донецьку, Запоріжжі, Рівному, Дніпродзержинську, Кривому Розі, Житомирі та Вінниці.

На підтвердження просування знака “LEGO” в мережі Інтернет заявник надав договір про надання рекламних послуг від 20.01.2011, який передбачав розміщення реклами ігор, іграшок та ігрових конструкторів “LEGO” на веб-сайті www.aiaa.info (“Інтернет енциклопедія сім’ї, материнства та дитинства”).

Просування знака “LEGO” у 2011-2013 роках здійснювалось за допомогою рекламних кампаній в багатьох обласних центрах України, в АРК (у містах Сімферополь та Севастополь). Вказаними заходами було охоплено аудиторію – 233 194 споживачів, що підтверджується звітами ТОВ “Імпакто”.

За період 2010-2013 роки для ринку України було надруковано 280 000 каталогів наборів ігрових конструкторів “LEGO”, кожен з яких містить знак “LEGO” як у виконанні стандартним шрифтом, так і у вигляді комбінованого кольорового позначення. Ці каталоги видаються спеціально для українського ринку українською мовою, оновлюються 2 рази на рік та розповсюджуються безоплатно у точках продажу ігрових конструкторів “LEGO”.

Інформація, надана ТОВ “Агентство корпоративних новин”, свідчить про те, що за період з 2005 по 2013 рік слова “ЛЕГО” та “LEGO” згадувалися 5 356 разів у різних засобах масової інформації, включаючи газети та журнали, мережу Інтернет, телебачення та радіомовлення, а також повідомлення інформаційних агентств.

За результатами дослідження наданих документів колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що надані відомості свідчать про здійснення заявником протягом тривалого часу значних заходів з рекламування та іншого просування знака “LEGO”, що підтверджує обізнаність споживачів про цей знак відносно товарів 28 класу МКТП – “ігри; іграшки; ігрові конструктори”.


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

На підтвердження факту реєстрацій знака заявник надав інформацію щодо реєстрацій знака “LEGO”, та інших знаків, що містять словесний елемент “LEGO”. На території України правова охорона знаку “LEGO” надається вже протягом 47 років, починаючи з 1971 року.

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

знак **LEGO** за свідоцтвом № 2347, дата подання заявки 20.04.1971 (28 клас МКТП);



знак  за свідоцтвом № 2348, дата подання заявки 01.02.1977 (28 клас МКТП);

знак **LEGOLAND** за свідоцтвом № 2344, дата подання заявки 09.01.1981 (28 клас МКТП);

знак “**ЛЕГО**” за свідоцтвом № 4184, дата подання заявки 13.06.1983 (28 клас МКТП);



знак за свідоцтвом № 21669, дата подання заявки 20.07.1998 (14, 18, 24, 25 класи МКТП).

Також заявник надав інформацію про міжнародні і національні реєстрації знака "LEGO" у більш ніж 75 країнах світу.

На підставі наведених доказів щодо тривалості та географічного району реєстрацій знака "LEGO" колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що заявник здійснював та продовжує здійснювати всі необхідні заходи для забезпечення правової охорони цього знака в Україні та світі. Зокрема, значний строк дії національних реєстрацій є також показником тривалого активного і добросовісного використання знака "LEGO" на території України.

5. Свідчення успішного відстоювання прав на знак

На підтвердження факту успішного відстоювання прав на знак "LEGO" заявник надав інформацію про визнання його добре відомим у багатьох країнах світу, зокрема в Польщі, Румунії, Словаччині, Італії, Португалії, Німеччині, Японії, Бразилії, Нідерландах, Чеській Республіці, Російській Федерації.

Колегія Апеляційної палати також взяла до уваги відомості, надані заявником у формі витягів з рішень патентних відомств та судів окремих держав про відмову у реєстрації знаків, які становили імітацію/відтворення добре відомого знака "LEGO".

6. Цінність, що асоціюється зі знаком

Висока цінність знака "LEGO" підтверджується наданим заявником річним звітом про найцінніші міжнародні бренди "Brand Finance Global 500 2017", в якому зазначено, що бренд "LEGO" є найвпливовішим міжнародним брендом на основі оцінки впізнаваності бренду.

Бренд "LEGO" отримав найвищі критерії за такими оцінками, як обізнаність, лояльність, маркетингові заходи, інвестиції в маркетинг, рівень задоволення працівників та корпоративна репутація.

За даними рейтингу "RepTrak 100" за 2011 рік бренд "LEGO" входив до десятки брендів з найкращою у світі репутацією. На європейському континенті станом на 2011 рік був абсолютним переможцем, у Північній Америці посів друге місце.

За період з 2009 по 2013 рік бренд "LEGO" ставав призером та переможцем у більше ніж 43 рейтингах, що склалися авторитетними інформаційно-аналітичними компаніями в усьому світі за результатами аналізу доброї відомості, престижу та репутації торговельних марок.

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, є належними та достатніми доказами для визнання знака “LEGO” добре відомим в Україні для товарів 28 класу МКТП: “ігри; іграшки; ігрові конструктори” станом на 1 січня 2014 року.

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 “LEGO” добре відомим в Україні відносно ЛЕГО Джуріс А/С (Lego Juris A/S) щодо товарів 28 класу МКТП, а саме: “ігри; іграшки; ігрові конструктори” станом на 1 січня 2014 року.

Рішення набирає чинності з дати його затвердження наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України.

Додаток: зображення знака на 1 арк.

Головуючий колегії

О. Ю. Перевезенцев

Члени колегії

І. О. Шатова

О. В. Жмурко

Т. В. Терехова

О. О. Теньова

Додаток до рішення
Апеляційної палати від 06.02.2018

Зображення знака

LEGO