

ДЕРЖАВНА СЛУЖБА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ УКРАЇНИ

АПЕЛЯЦІЙНА ПАЛАТА

Україна, 03680, МСП, м. Київ-35, вул. Урицького, 45

Тел. (044) 494-06-06 Факс: (044) 494-06-67, 494-06-63

Р І Ш Е Н Н Я

31 травня 2012 р.

Колегія Апеляційної палати Державної служби інтелектуальної власності України, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Дмитришиним В.С. від 13.04.2012 № 29 у складі головуючого – Дмитришина В.С. та членів колегії Постоялкіної О.В., Ресенчука В.М., Саламова О.В., Ткаченко Ю.В., розглянула заяву Нечитайло-Ріджок О.В., Товариства з обмеженою відповідальністю "Національна Горілчана Компанія" про визнання знака "ЦЕЛЬСІЙ" добре відомим в Україні.

Представник заявників – патентний повірений – Кожарська І.Ю.

Зображення знака: **ЦЕЛЬСІЙ**

Аргументація Заявників:

Заявники – Нечитайло-Ріджок О.В., Товариство з обмеженою відповідальністю "Національна Горілчана Компанія" просять визнати знак "ЦЕЛЬСІЙ" добре відомим в Україні відносно товарів 33 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг (далі – МКТП) "горілка" станом на 1 січня 2007 року.

До заяви додані документи, які, на думку Заявників, свідчать про добру відомість в Україні знака "ЦЕЛЬСІЙ", а саме:

1. Зображення знака (Додаток № 1).
2. Відомості про Нечитайло-Ріджок О.В. в друкованих виданнях (Додаток № 2):
 - ЗОЛОТАЯ СОТНЯ 100 самых богатых украинцев современности: первый год после кризиса // журнал "Корреспондент", 11.07.2010, № 22 (410), стр.14, 41;
 - 200 самых богатых людей Украины 2011 года // журнал "ФОКУС", 18.03.2011, № 11(224);
 - 100 лучших топ-менеджеров Украины // журнал "ТОП-100 Рейтинг лучших компаний Украины", составитель рейтинга ИнвестГазета, март-апрель 2010 № 1.
3. Відомості про Товариство з обмеженою відповідальністю "Національна Горілчана Компанія" (Додаток № 3):
 - Копії Рецептур горілки і горілки особливі ДСТУ 4256 ЦЕЛЬСІЙ, затверджених Міністерством аграрної політики за 2005-2009 роки;

- Копії сторінок 2, 3 Додатку до ліцензії № 480 на виробництво алкогольних напоїв;

- Довідка № 619 від 02.03.2012 стосовно кількості виготовленої продукції;

- Довідка № 620 від 02.03.2012 стосовно реалізації продукції офіційними дистриб'юторами;

4. Інформаційні буклети продукції, маркованої знаком "ЦЕЛЬСІЙ" (Додаток № 1).

5. Відомості щодо наявності продукції, маркованої знаком "ЦЕЛЬСІЙ" в торговельних мережах, закладах громадського харчування та культурно-розважальних закладах (Додаток № 4):

- Копії фотографій продукції, маркованої знаком "ЦЕЛЬСІЙ" у торговельних мережах України;

- Копії фотографій продукції, маркованої знаком "ЦЕЛЬСІЙ" в закладах громадського харчування та культурно-розважальних закладах;

- Рівень знань ТМ "Цельсій" // Звіт по кількісному дослідженню, підготовлений для компанії "Національні Алкогольні Традиції" компанією "TNS", лютий 2012.

6. Довідка № 618 від 02.03.2012 стосовно інвестицій коштів на просування продукції, маркованої знаком "ЦЕЛЬСІЙ" (Додаток № 5).

7. Перелік нагород та дипломів отриманих Заявником (Додатки № 5,1, 5,2).

8. Відомості про наявність реклами продукції, маркованої знаком "ЦЕЛЬСІЙ", на телебаченні та радіо (Додаток № 6).

9. Відомості про наявність зовнішньої реклами продукції, маркованої знаком "ЦЕЛЬСІЙ", (Додаток № 7).

10. Копії фотографій та деякі зразки POS – матеріалів, маркованої знаком "ЦЕЛЬСІЙ" (Додаток № 8).

11. Інформація про використання знака "ЦЕЛЬСІЙ" в мережі Інтернет (Додаток № 9).

12. Копії охоронних документів на знак для товарів "ЦЕЛЬСІЙ" (Додаток № 10):

- Копії свідоцтв України на знак для товарів з відповідними бібліографічними даними;

- Копії охоронних документів отриманих в іноземних державах згідно з Мадридською угодою про міжнародну реєстрацію знаків та/або Протоколом до Мадридської угоди про міжнародну реєстрацію знаків;

- Копії охоронних документів отриманих в іноземних державах згідно з національною системою відповідних держав.

13. Інформація про згадування знака "ЦЕЛЬСІЙ" у друкованих виданнях (Додаток № 11).

Розгляд заяви про визнання знака "ЦЕЛЬСІЙ" добре відомим в Україні здійснювався відповідно до статті 25 Закону України "Про охорону прав на знаки для товарів і послуг" (далі – Закон) та Порядку визнання знака добре відомим в Україні Апеляційною палатою Державної служби інтелектуальної власності України затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України

від 15.04.2005 № 228, а також з урахуванням Спільних рекомендацій відносно положень про охорону добре відомих знаків, що прийняті Асамблеєю Всесвітньої організації інтелектуальної власності (далі – ВОІВ) на тридцять четвертій сесії засідань Асамблей держав-членів ВОІВ 20-29 вересня 1999 р. (далі – Рекомендації ВОІВ).

Відповідно до статті 25 Закону 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 Рекомендацій ВОІВ при визначенні знака добре відомим мають бути взяті до уваги будь-які обставини, на підставі яких можна зробити висновок про те, що знак є добре відомим, в тому числі інформацію про фактори, що визначені Законом, хоча і не обмежуючись нею.

Колегія Апеляційної палати всебічно та повно дослідила документи, що були надані Заявниками як докази для підтвердження наявності факторів, що можуть впливати на визнання знака "ЦЕЛЬСІЙ" добре відомим в Україні та заслухала пояснення представників Заявника.

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

Як зазначається в заяві, наданій Заявниками, та підтверджується в доданих до заяви матеріалах, знак "ЦЕЛЬСІЙ" використовується з 2005 року, є стабільним, успішним, набув стійкої позитивної репутації та високого ступеню довіри споживачів, що зробило його одним з лідерів продажу в Україні таких товарів, як горілка.

ТОВ "Національна Горілчана Компанія" є високотехнологічним підприємством, що має сучасне обладнання і власну лабораторію.

Спеціально для продукції, маркованої знаком "Цельсій" спеціалісти заводу розробили унікальну рецептуру.

ТОВ "Національна Горілчана Компанія" входить до групи компаній "Баядера". Разом з цим підприємством до цієї групи підприємств входять ще 4 підприємства, а саме:

- ТОВ "Баядера Холдинг" - управляюча компанія;

- ТОВ "Алкогільні Традиції" - маркетинг та управління виробництвом;

- ПАТ "Коблево" - виробництво винної продукції "Коблево", "Bon Vin", "Маренго", "Палома";

- ТОВ "Баядера-Імпорт" - ексклюзивний імпортер та дистриб'ютор в Україні алкогільної продукції.

Асортимент продукції маркованої знаком "ЦЕЛЬСІЙ" представлений двома асортиментними лініями:

- перша лінійка "Цельсій" Modern-Класік", що включає шість горілчанних смаків: Класік, Люкс, Лайт, Оригінал, Особливий, Пеппер;

- друга лінійка "Цельсій" Bar" асортимент якої складається з чотирьох популярних смаків – Авант, Модерн, Аурум, Ультра.

Продукція, маркована знаком "ЦЕЛЬСІЙ", реалізується через 30 національних дистриб'юторських центрів та експортується у 20 країн світу.

Заявником, крім ТОВ "Національна Горілчана Компанія", є фізична особа - Нечитайло-Ріджок О.В.

Колегія Апеляційної палати розглянула надану інформацію про вказану особу стосовно її відношення до знака "ЦЕЛЬСІЙ" і виробництва продукції, маркованої цим знаком, та встановила наступне.

Нечитайло-Ріджок О.В. є генеральним директором ТОВ "Баядера Холдинг" – одного із найбільших алкогільних холдингів України, власником свідоцтв України на знаки для товарів і послуг №№ 54283, 54282, 72733, 5948, 77086, 81957, 86032, 88283, 89416 та заявник за заявкою № m 2011 15673 від 04.10.2011.

Нечитайло-Ріджок О.В. займає високі місця у рейтингах "ТОП-100 бізнес-леді України", "Найкращі топ-менеджери України", "ТОП-100 Рейтинг найкращих компаній України", "ЗОЛОТА СОТНЯ", "200 самых богатых людей Украины 2011 года", "100 лучших топ-менеджеров Украины", "ТОП-100 Рейтинг лучших компаний Украины"(Додаток № 2).

Колегія Апеляційної палати всебічно та повно дослідила документи та інші матеріали, які були надані Заявниками як докази для підтвердження наявності факторів, що можуть впливати на визнання знака "ЦЕЛЬСІЙ" добре відомим в Україні станом на 01.01.2007, та заслухала пояснення представників щодо наданих документів.

Для визначення того, чи є знак "ЦЕЛЬСІЙ" добре відомим в Україні, колегією Апеляційної палати були розглянуті, зокрема, такі фактори:

1. Ступінь відомості чи визнання знака у відповідному секторі суспільства

Відповідно до § 2(а) статті 2 Рекомендацій ВОІВ доречними секторами суспільства для цього знака можна вважати населення України віком від 21 року (тобто 21+). Це коло споживачів охоплює як фактичних так і потенційних споживачів, а також фахівців у сфері виробництва горілчаної продукції та осіб, діяльність яких пов'язана з цим видом товару (дистриб'юторів оптових партій, консультантів і продавців спеціалізованих магазинів і супермаркетів тощо).

У додатку № 5 Заявником представлено Звіт про рівень знань торгової марки "ЦЕЛЬСІЙ" підготовлений компанією TNS Ukraine ("Тейлор Нельсон Софрез Україна"). Компанія TNS Ukraine має високу репутацію на ринку з проведення якісних і кількісних досліджень, як на місцевому, так і на національному рівнях. Дослідження проводились у таких містах: Київ, Дніпропетровськ, Луганськ, Житомир, Чернігів, Суми. До цільової групи входили спеціалісти (менеджери, продавці алкогольної продукції) та споживачі (чоловіки та жінки віком 21 – 45 років).

За результатами дослідження вибірка склала:

Цільова група	Кількість опитуваних					
	Київ	Дніпропетровськ	Луганськ	Житомир	Чернігів	Суми
Спеціалісти	60	60	60	30	30	30
Споживачі	440	440	440	95	95	95

За результатами дослідження виявлено:

100% опитаних спеціалістів і 90% опитаних споживачів знають продукцію під знаком "ЦЕЛЬСІЙ".

57% спеціалістів і 70% споживачів, які знають продукцію під знаком "ЦЕЛЬСІЙ", знають її з 2007-2008 років.

90% споживачів, які знають продукцію під знаком "ЦЕЛЬСІЙ", знають, що під знаком "ЦКЛЬСІЙ" випускається горілка і всього 10% вважають, що під зазначеним знаком випускаються спиртні/алкогольні напої.

62% споживачів, які знають торгову марку дізналися про торгову марку "ЦЕЛЬСІЙ" побачивши її на полицях магазинів, 52% з реклами, а 21% з рекомендації друзів або знайомих.

53% опитаних спеціалістів з алкогольної продукції знають, що горілка торгової марки "ЦЕЛЬСІЙ" виробляється в Черкаській області;

95% спеціалістів вважають якість продукції маркованої знаком "ЦЕЛЬСІЙ" високою.

91% спеціалістів вважають, що споживачі високо оцінюють якість продукції маркованої знаком "ЦЕЛЬСІЙ".

71% споживачів, які знають торгову марку "ЦЕЛЬСІЙ" вважають її якість високою.

44% споживачів п'ють горілку 1 раз на місяць і частіше и 48% споживачів, які знають марку і пили горілку "ЦЕЛЬСІЙ" хоча б раз за останні півроку.

З огляду на зазначене, колегія Апеляційної палати вважає, що Заявниками доведено факт того, що знак "ЦЕЛЬСІЙ" є широко відомим споживачам на території України. Також Заявники довели, що продукція, маркована знаком "ЦЕЛЬСІЙ", отримала визнання у відповідному секторі суспільства.

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

Початком використання знака "ЦЕЛЬСІЙ" безпосередньо на товарах, для яких знак зареєстровано, на упаковках, в яких міститься такий товар та етикетках для таких товарів є 2005 рік. На підтвердження тривалого використання на території України знака "ЦЕЛЬСІЙ" Заявники надали наступну інформацію.

Згідно з законодавством для виробництва алкогольних напоїв необхідно здійснити низку дій, зокрема, розробити, узгодити та затвердити в Державному департаменті продовольства Міністерства аграрної політики України та Департаменті з питань адміністрування акцизного збору і контролю за виробництвом та обігом підакцизних товарів Державної податкової адміністрації України рецептури алкогольних напоїв. Після затвердження рецептури на виробництво того чи іншого алкогольного напою надається дозвіл – ліцензія (додаток до ліцензії). З моменту отримання вказаного дозволу алкогольний напій може вироблятися та реалізовуватися в Україні. Додатком до ліцензії № 480 на виробництво алкогольних напоїв (Дозвіл на виробництво ДСТУ 4256:2003 Горілки і горілки особливі. Технічні умови.) від 22.08.2010 (додаток № 3 до заяви) підтверджується, що з 22.08.2010 ТОВ "Національна горілчана компанія" виготовляло, маркувало, та реалізувало продукцію під знаком "ЦЕЛЬСІЙ".

Розлив горілчаної продукції під торговельною маркою "ЦЕЛЬСІЙ" здійснюється у тару (посуд) місткістю 0,2 л, 0,375 л, 0,5 л, 0,7 л. На кожен пляшку вказаної продукції наносяться етикетки зі знаком "ЦЕЛЬСІЙ". Вище зазначені етикетки містяться в додатку № 8.

Колегія Апеляційної палати розглянула документи, представлені в додатку № 3 до заяви, про обсяги виробництва та продажу продукції, маркованої знаком "ЦЕЛЬСІЙ" з яких випливає:

- відповідно до заяви та довідки ТОВ "Національна Горілчана Компанія" № 620 від 02.03.2012, що міститься у додатку № 3 продукція, маркована знаком "ЦЕЛЬСІЙ" реалізується через 30 офіційних дистриб'юторських центрів ТОВ "Баядера Логістик", що представлені у Вінницькій області, Волинській області, Дніпропетровській області, Донецькій області, Житомирській області, Закарпатській області, Запорізькій області, Івано-Франківській області, Київській області, Кіровоградській області, Луганській області, Львівській області, Миколаївській області, Одеській області, Полтавській області, Рівненській області, Сумській області, Тернопільській області, Харківській області, Херсонській області, Хмельницькій області, Черкаській області, Чернівецькій області, Чернігівській області, у місті Києві та АР Крим та 35000 торговельних точки.

Продукція маркована знаком "ЦЕЛЬСІЙ" широко представлена у великих мережах торговельних центрів України, серед яких: "СІЛЬПО", "ФОЗЗІ", "ЕКО маркет", "Білла", "Велика Кишеня", "МЕТРО", "Спар", "АТБ маркет", "Мегамаркет". У якості прикладу Заявником представлені фотографії викладеної продукції в торговельних мережах міст Києва, Харкова, Борисполя, Броварів (Додаток № 4).

За період з 2005 по січень 2012 року ТОВ "Національна горілчана компанія" було виготовлено більше 100 млн. пляшок серед, яких:

Рік	Кількість виготовлених пляшок
2005	312584
2006	2593497
2007	10555351
2008	10065438
2009	16522492
2010	35136433
2011	27558456
2012	1263176

Дана інформація наведена в довідці ТОВ "Національна Горілчана Компанія" № 619 від 02.03.2012 (Додаток № 3).

Також продукція під знаком "ЦЕЛЬСІЙ" відома не тільки на території України, але і за її межами. Продукція під знаком "ЦЕЛЬСІЙ", згідно з довідки ТОВ "Національна Горілчана Компанія" № 621 від 02.03.2012 (Додаток № 3), експортувалась у 20 країн світу, а саме: Росію, Молдову, Грузію, Казахстан, Вірменію, Азербайджан, Киргизстан, Узбекистан, Болгарію, Великобританію, Німеччину, Грецію, Італію, Кіпр, Латвію, Литву, Чехію, Ізраїль, Ірак, Чілі.

Згідно з довідки ТОВ "Національна Горілчана Компанія" № 618 від 02.03.2012 (Додаток № 5) з моменту початку реалізації горілки під маркою "ЦЕЛЬСІЙ" (2005 рік) і станом на 01.02.2012 було інвестовано коштів на просування горілки під маркою "ЦЕЛЬСІЙ":

- в межах України - 27 542 043,46 грн.;
- за межами України - 38 961, 86 доларів США.

За результатом розгляду зазначених вище документів колегія Апеляційної палати дійшла наступного висновку – надані Заявниками документи підтверджують факти того, що:

- використання знака "ЦЕЛЬСІЙ" розпочалося з 2005 року;
- інтенсивне використання цього знака триває і дотепер;
- інтенсивність його використання постійно зростає.

Надані документи, на думку колегії Апеляційної палати, підтверджують те, що реалізація продукції, маркованої знаком "ЦЕЛЬСІЙ", здійснюється у значних обсягах, що, у свою чергу, свідчить про її високу популярність серед споживачів. Значні обсяги використання підтверджені Заявникам документально.

Колегія Апеляційної палати констатує, що надані Заявником відомості та докази, що їх підтверджують, доводять факт тривалого, безперервного використання знака "ЦЕЛЬСІЙ" відносно товарів 33 класу МКТП: "горілка" в Україні.

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

Колегія Апеляційної палати розглянула документи та інші матеріали, які були надані Заявниками, і зазначає, що продукція, маркована знаком "ЦЕЛЬСІЙ", активно рекламується з 2005 року.

При просуванні торговельної марки "ЦЕЛЬСІЙ" використовуються практично всі види реклами:

1. Рекламування в засобах масової інформації (телебачення, радіомовлення, друковані видання);
2. Просування продукції за допомогою зовнішньої реклами та використання POS – матеріалів;
3. Участь у виставках та конкурсах.

Рекламування в засобах масової інформації (телебачення, радіомовлення, друковані видання).

З жовтня 2005 року продукція маркована знаком "ЦЕЛЬСІЙ" з метою її популяризації активно рекламувалася у рекламних блоках та на найбільш популярних програмах на телевізійних каналах, що охоплюють аудиторію глядачів по всій території України.

Для оцінки впливу заходів по рекламуванню продукції маркованої під знаком "Цельсій" на телебаченні на ступінь відомості марки у відповідному секторі суспільства старших 21 року (21+), Заявники надали аналіз рекламної активності на телебаченні в період 2005 – 2006 роки підготовленим рекламним агентством ТОВ "Ем Пі Джи", що займалось розміщенням і супроводженням рекламної компанії, на основі даних моніторингу телебачення підготовлених компанією "ГФК Юкрейн" та компанією "Комунікаційний альянс" спільно.

Результати Аналізу рекламної активності на телебаченні в період 2005 – 2006 роки підтверджуються наступними документами, що містяться у додатку № 6:

1. Довідка ТОВ "Ем Пі Джи" щодо сумарної кількості рейтингів (GRP, %), набраних рекламними роликами за період з 2005-2006 для цільової аудиторії (21+). Згідно з якою:

- сумарна кількість рейтингів склала 22681 пунктів;
- охоплення цільової аудиторії (21+) склала 99,28%.

2. Довідка ТОВ "Ем Пі Джи" № 62 від 01.11.2011 щодо частки рекламування продукції маркованої під знаком "Цельсій" з сукупної кількості рекламування алкогольних торговельних марок для цільової аудиторії (21+) за період з 2005-2006 роки, згідно якої продукція маркована під знаком "Цельсій" зайняла 4-ту позицію (7%) з загального обсягу рекламування алкогольної продукції.

3. Ефірна довідка про фактичний вихід рекламних матеріалів продукції маркованої під знаком "Цельсій" в телеефірі у період 2005-2006 роки.

Також рекламування продукції маркованої під знаком "Цельсій" проводилось на найбільш популярних на той час радіоканалах. Рекламна

компанія включала розміщення як прямої реклами так і спонсорської. На підтвердження цьому Заявником надано (Додаток 6.4):

- лист Української корпорації телебачення та радіомовлення "ЮТАР" № 20.03.2012/1 від 20.03.2012 щодо здійснення популяризації продукції маркованої під знаком "ЦЕЛЬСІЙ" на радіостанції "Кісс ФМ" в період з 03.03.2007 – 29.02.2012, згідно з договорами № 03/03-07 від 03.04.2007, № 28/12-07 від 28.12.2007, № 03/03-1К від 03.03.2007, № 28-12-11-1К від 30.12.2011 про надання послуг рекламного характеру (спонсорство), та реклама продукції маркованої під знаком "ЦЕЛЬСІЙ", згідно договорів № 03-03-09-1К від 03.03.2009, № 28-12-11-1К від 30.12.2011 про надання рекламних послуг;

- Лист ТОВ "Телерадіокомпанії "Медіа Маркет"" № 21.03.12/2 від 21.03.2012 щодо здійснення популяризації продукції маркованої під знаком "ЦЕЛЬСІЙ" на радіостанції "Хіт ФМ" в період з 05.03.2009 – 29.02.2012, згідно з договорами № 02/03/09-2 від 02.03.2009, № 30121102 від 30.12.2011 про надання послуг рекламного характеру (спонсорство), та реклама продукції маркованої під знаком "ЦЕЛЬСІЙ", згідно договорів 02/03/09-3 від 02.03.2009, № 30121101 від 30.12.2011 про надання рекламних послуг;

- Диск DVD-R з записами рекламного аудіо-відеоматеріалів.

Відповідно додатку № 9 до заяви продукція маркованої під знаком "ЦЕЛЬСІЙ" згадується в найбільш популярних періодичних виданнях України, серед яких: газети "Аргументи і факти", "Сьогодні", "Комсомольская правда", "2000", "Галичина", "Деснянська правда", "Коло Новин" (Полтава), "Вінницька газета", "Вінниччина", "Слава Севастополя", та інші, періодичні журнали "Профіль", "Компаньйон", "ЭСПЕРТ", "Высшая лига", "Business guid", "Maxim", "XXL", "Playboy", "Б-52" журнал для мужчин, "МАХ" та інші. Також інформація і статті про продукцію маркованої під знаком "ЦЕЛЬСІЙ" знайдена за допомогою пошукової системи GOOGLE, в 50200 інтернет-ресурсів. Завдяки цьому не тільки українські споживачі, а й споживачі інших країн можуть дізнатись про вище зазначену продукцію.

Просування продукції за допомогою зовнішньої реклами та використання POS – матеріалів.

З кінця 2005 року продукція маркована під знаком "ЦЕЛЬСІЙ" активно рекламувалась шляхом розміщення зовнішньої реклами у найбільших містах України, а саме: Вінниця, Горлівка, Дніпропетровськ, Донецьк, Житомир, Запоріжжя, Івано-Франківськ, Київ, Кіровоград, Кременчук, Кривий Ріг, Львів, Луганськ Луцьк, Макіївка, Миколаїв, Одеса, Полтава, Рівне, Севастополь, Суми, Тернопіль, Черкаси, Чернігів, Харків, Хмельницький, Ужгород в найбільш популярних для мешканців місцях: на площах, біля вокзалів, ринків, у житлових масивах, на шляхопроводах, що ведуть в місто та з міста, тощо.

На підтвердження цьому Заявниками надано додаток № 7 в якому містяться:

- відомості про наявність зовнішньої реклами продукції маркованої під знаком "ЦЕЛЬСІЙ" з 2005 по 2008 роки;

- аналіз рекламної активності на зовнішній рекламі продукції маркованої під знаком "ЦЕЛЬСІЙ" з 2005 по 2008 роки, підготовлений ТОВ "УКРАЇНСЬКИЙ МЕДІА МОНІТОР";

- фотозвіт щодо розміщення продукції маркованої під знаком "ЦЕЛЬСІЙ" в період з 01.12.2006 – 31.12.2006 на конструкціях формату "Billboard 3x6 м".

Для привертання уваги покупців та формування позитивного іміджу бренду програма маркетингу продукції маркованої під знаком "ЦЕЛЬСІЙ" з самого початку передбачала використання POS – матеріалів (з англ. "point of sale" – місце продажу) та сувенірних матеріалів, за допомогою яких споживачі отримували інформацію про місце продажу продукції маркованої знаком "ЦЕЛЬСІЙ" в конкретній точці продажу. Для підтвердження використання POS – матеріалів, Заявником надано копії фотографій та деякі зразки POS – матеріалів, що містяться в додатку № 8.

Участь у виставках та конкурсах.

Згідно додатку 5 до заяви, продукція, маркована знаком "ЦЕЛЬСІЙ" брала участь у багатьох національних та міжнародних виставках і конкурсах якості за період з 2007 по 2011 роки, а саме:

Місто отримання	Назва конкурсу	Кількість нагород	Дата отримання нагороди
2007 рік			
Київ	World Food Ukraine	3	01.02.2007
Москва	X Міжнародний дегустаційний конкурс в рамках "Продукспо"	2	01.10.2007
2008 рік			
Москва	XI Міжнародний дегустаційний конкурс в рамках "Продукспо"	3	01.02.2007
Москва	Продукспо (Інноваційний бренд року)	1	01.02.2007
Москва	Продукспо (Вибір мереж)	1	01.02.2007
Київ	Дегустація в межах 13-ї Міжнародної виставки "ALCO + SOFT"	5	10.09.2008
Париж	Всесвітня конвенція Провідних представників бізнесу "Дирекції Бізнес-Ініціатив" (B.I.D.)	1	21.04.2008
Канни	Фестиваль "United Vodka" в рамках Канського кінофестивалю	4	17.03.2008
Київ	Кращий відчизняний товар року	1	20.08.2008
Вінниця	Народний бренд 2008 в м. Вінниця	1	
2009 рік			
Швейцарія	Клуб лідерів торгівлі	1	09.05.2009
Москва	XII Міжнародний дегустаційний конкурс в рамках "Продукспо - 2009"	2	11.02.2009

Москва	Продукспо (Інноваційний бренд року)	1	11.02.2009
Київ	Тест "Довідник споживача"	Без нагород	Березень 2009 року
Москва	Міжнародний дегустаційний конкурс "Краща горілка 2009 року"	Без нагород	Квітень 2009 року
Канни	Фестиваль "United Vodka" в рамках Канського кінофестивалю	5	20.05.2009
Київ	Дегустація в межах 14-ї Міжнародної виставки "ALCO + SOFT"	6	08.09.2009
Київ	Кращий вітчизняний товар року	1	18.08.2009
2010 рік			
Москва	XIII Міжнародний дегустаційний конкурс в рамках "Продукспо - 2010"	6	11.02.2010
Москва	Продукспо (Інноваційний бренд року)	1	10.02.2010
2011 рік			
Москва	XIV Міжнародний дегустаційний конкурс в рамках "Продукспо - 2011"	4	09.02.2011
Москва	Продукспо (Інноваційний продукт "Продукспо-2011")	1	09.02.2011
Київ	Національний дегустаційний конкурс напоїв Best Drink 2011	1	31.05.2011

На вище зазначених конкурсах продукція маркована знаком "ЦЕЛЬСІЙ" отримала почесні грамоти, дипломи, сертифікати та медалі, що свідчить про її високу якість.

Інформація про зазначені заходи висвітлюється в усіх інформаційних джерелах, включаючи Інтернет, які розраховані як на фахівців так і на звичайних споживачів алкогольної продукції. Ця інформація розповсюджується не тільки в Україні, а і за її межами.

Таким чином, участь продукції під торговельною маркою "ЦЕЛЬСІЙ" у престижних міжнародних конкурсах починаючи з 2007 по 2011 року та її перемоги свідчать про те, що вже до 2007 року продукція маркована знаком "ЦЕЛЬСІЙ" стала добре відомою в Україні і, в тому числі, добре відомою спеціалістам у сфері виробництва алкогольної продукції і за межами України.

Ураховуючи наведені вище фактичні дані, колегія Апеляційної палати вважає за можливе зробити висновок про те, що знак "ЦЕЛЬСІЙ" інтенсивно використовується з 2005 року і вже на 1 січня 2007 року має добру репутацію і став відомим в Україні серед доречного кола споживачів (фахівців і потенційних споживачів). На його відомість вплинули наступні обставини:

- горілка під знаком "ЦЕЛЬСІЙ" з 2005 року вироблялась у достатній кількості і споживач мав можливість ознайомитись з її якістю;
- експортні поставки продукції дали змогу споживачам з інших держав ознайомитись з продуктом, який виробляється під знаком "ЦЕЛЬСІЙ";

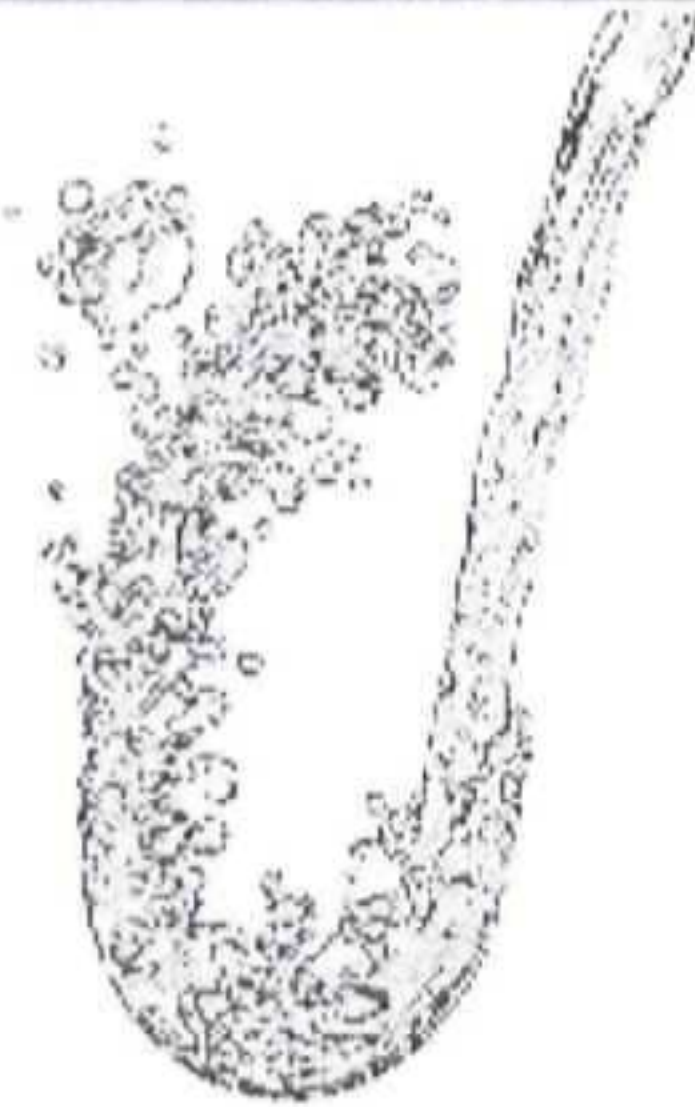
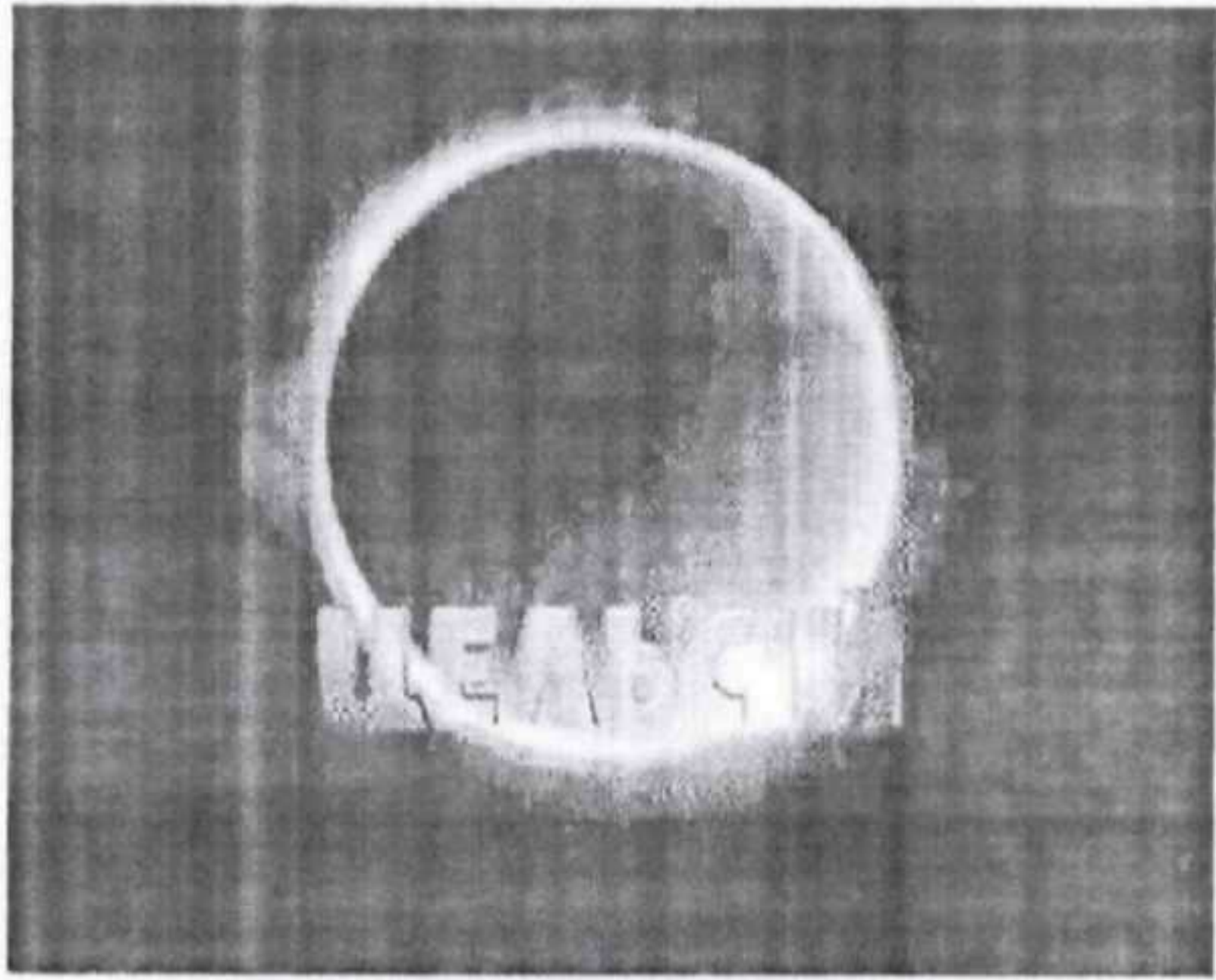
- проведення масштабних і різнопланових рекламних акцій, спрямованих на просування цього знака, доводить, що споживач мав змогу дізнатися про знак "ЦЕЛЬСІЙ" та продукцію під цим знаком;

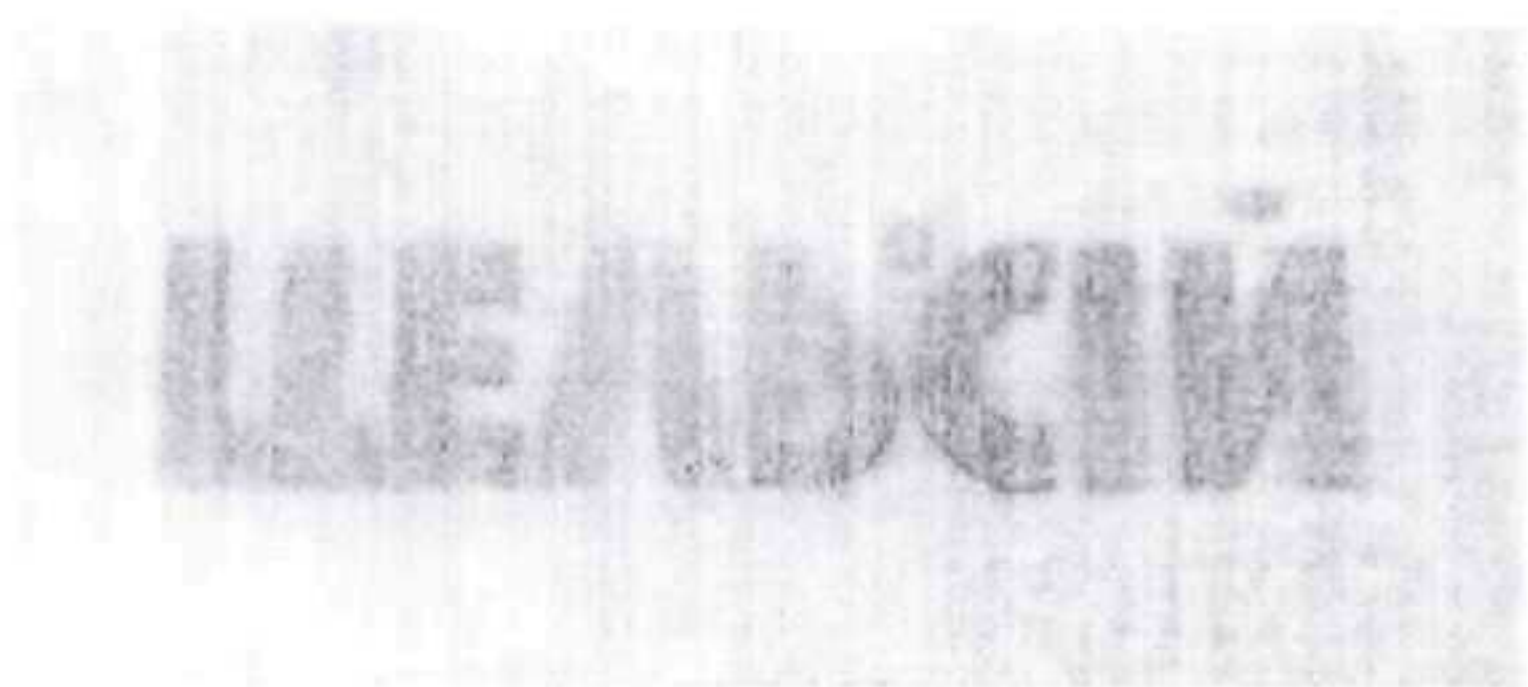
- участь у виставках та інших заходах, відзнаки, одержані продукцією під знаком "ЦЕЛЬСІЙ", сприяли підвищенню обізнаності щодо неї серед фахівців.

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

Відповідно до додатку № 10 Заявники є власниками охоронних документів на знаки для товарів і послуг, а саме:

Власник свідоцтв України на знаки для товарів і послуг: Нечитайло-Ріджок О.В.	
№ свідоцтва, № бюлетеня	№ 54282 від 15.09.2005, бюлетень № 9
Зображення знаку	Цельсий
Клас МКТП	33 клас: "Алкогільні напої (крім пива); алкогільні напої, що сприяють травленню; алкогільні напої, що містять фрукти; алкогільні напої на травах; аперитиви; бренді; вермути; вина; вина ігристі; віскі; гіркі настоянки; горілка; горілка з перцем; джин; коктейлі; коньяки; лікери; ром; слабоалкогільні напої; спиртові екстракти; спиртні напої; шампанське";
№ свідоцтва, № бюлетеня	№ 54283 від 15.09.2005, бюлетень № 9
Зображення знаку	Celsius
Клас МКТП	33 клас: "Алкогільні напої (крім пива); алкогільні напої, що сприяють травленню; алкогільні напої, що містять фрукти; алкогільні напої на травах; аперитиви; бренді; вермути; вина; вина ігристі; віскі; гіркі настоянки; горілка; горілка з перцем; джин; коктейлі; коньяки; лікери; ром; слабоалкогільні напої; спиртові екстракти; спиртні напої; шампанське";

№ свідоцтва, № бюлетеня	№ 72733 від 15.02.2007, бюлетень № 5
Зображення знаку	 ЦЕЛЬСІЙ
Клас МКТП	33 клас: "Алкогільні напої (крім пива); всі товари, що включені до 33 класу, в тому числі: алкогільні напої, що сприяють травленню; алкогільні напої, що містять фрукти; алкогільні напої на травах; аперитиви; бренді; вермути; вина; вина ароматизовані; вина ігристі; вина пінливі, в тому числі газовані; віскі; гідромель (медівка); гіркі настоянки; горілки; горілки з перцем; горілки з лимоном; джин; коктейлі; коньяки; лікери; м'ятні настоянки; міцні виноградні напої; напої алкогільні перегінні; ром; слабоалкогільні напої; спиртові екстракти; спиртні напої; шампанське";
№ свідоцтва, № бюлетеня	№ 75948 від 25.04.2007 бюлетень № 5
Зображення знаку	
Клас МКТП	33 клас: "Алкогільні напої (крім пива); всі товари, що включені до 33 класу, в тому числі: алкогільні напої, що сприяють травленню; алкогільні напої, що містять фрукти; алкогільні напої на травах; аперитиви; бренді; вермути; вина; віскі; гідромель (медівка); гіркі настоянки; горілки; горілки з перцем; горілки з лимоном; джин; коктейлі; коньяки; лікери; м'ятні настоянки; міцні виноградні напої; напої алкогільні перегінні; ром; слабоалкогільні напої; спиртні напої";

№ свідоцтва, № бюлетеня	№ 77086 від 25.05.2007, бюлетень № 7
Зображення знаку	
Клас МКТП	33 клас: "Алкогільні напої (крім пива); всі товари, що включені до 33 класу, в тому числі: алкогільні напої, що сприяють травленню; алкогільні напої, що містять фрукти; алкогільні напої на травах; аперитиви; бренді; вермути; вина; віскі; гідромель (медівка); гіркі настоянки; горілки; горілки з перцем; горілки з лимоном; джин; коктейлі; коньяки; лікери; м'ятні настоянки; міцні виноградні напої; напої алкогільні перегінні; ром; слабоалкогільні напої; спиртні напої";
№ свідоцтва, № бюлетеня	№ 81957 від 10.09.2007, бюлетень № 14
Зображення знаку	
Клас МКТП	33 клас: "Горілки; горілки з перцем; горілки з лимоном";
№ свідоцтва, № бюлетеня	№ 84275 від 12.11.2007, бюлетень № 18
Зображення знаку	ЦЕЛЬСІЙ КЛАСІК
Клас МКТП	33 клас: "Алкогільні напої (крім пива); всі товари, що включені до 33 класу, в тому числі: алкогільні напої, що сприяють травленню; алкогільні напої, що містять фрукти; алкогільні напої на травах; анісова горілка; аперитиви; бренді; вермути; вина; вина ігристі; вина пінливі, в тому числі газовані; віскі; гідромель (медівка); гіркі настоянки; горілки; горілка вишнева; горілка з перцем; горілка з лимоном; джин; коктейлі; коньяки; лікери; м'ятні настоянки; міцні виноградні напої; напої алкогільні перегінні; ром; слабоалкогільні напої; спиртні напої";
№ свідоцтва, № бюлетеня	№ 84276 від 12.11.2007 бюлетень № 18
Зображення знаку	ЦЕЛЬСІЙ ПЕППЕР
Клас МКТП	33 клас: "Алкогільні напої (крім пива); всі товари, що включені

	до 33 класу, в тому числі: алкогольні напої, що сприяють травленню; алкогольні напої, що містять фрукти; алкогольні напої на травах; анісова горілка; аперитиви; бренді; вермути; вина; вина ігристі; вина пінливі, в тому числі газовані; віскі; гідромель (медівка); гіркі настоянки; горілки; горілка вишнева; горілка з перцем; горілка з лимоном; джин; коктейлі; коньяки; лікери; м'ятні настоянки; міцні виноградні напої; напої алкогольні перегінні; ром; слабоалкогольні напої; спиртні напої";
№ свідоцтва, № бюлетеня	№ 86032 від 12.11.2007, бюлетень № 18
Зображення знаку	THE DIFFERENT CELSIUS
Клас МКТП	33 клас: "Алкогольні напої (крім пива); алкогольні напої, що сприяють травленню; алкогольні напої, що містять фрукти; алкогольні напої на травах; анісова горілка; аперитиви; бренді; вермути; вина; вина ароматизовані; вина ігристі; вина лікерні; вина пінливі, в тому числі газовані; віскі; гідромель (медівка); гіркі настоянки; горілка; горілка вишнева; горілка з перцем; горілка з лимоном; горілка житня; горілка пшенична; джин; коктейлі; коньяки; лікери; м'ятна горілка; м'ятні настоянки; міцні виноградні напої; напої алкогольні перегінні; ром; sake; сидри; слабоалкогольні напої; спиртні напої; шампанське";
№ свідоцтва, № бюлетеня	№ 88283 від 25.02.2008, бюлетень № 4
Зображення знаку	modern vodka ЦЕЛЬСИЙ
Класи МКТП	33 клас: "Алкогольні напої (крім пива); алкогольні напої, що сприяють травленню; алкогольні напої, що містять фрукти; алкогольні напої на травах; анісова горілка; віскі; гідромель (медівка); горілки; горілка вишнева; горілка з лимоном; горілка з перцем; горілка житня; горілка пшенична; м'ятна горілка; напої алкогольні перегінні; спиртні напої"; 34 клас: "Реклама; керування справами; ділове адміністрування; канцелярські роботи; аналізування собівартості; аукціонний продаж; аудіо-, відео- та фоторекламування; влаштовування і провадіння виставок або ярмарків на комерційні або рекламні потреби, в тому числі в мережі Інтернет; влаштовування і провадіння різноманітних рекламних акцій, кампаній, опитувань, шоу, презентацій; вивчання ринку; демонстрування товарів; ділове експертування; ділове оцінювання; ділове розвідування; досліджування і прогнозування ринків товарів і послуг; ділове інформування; ділові довідки; допомога в керуванні справами; допомога у комерційному або промисловому керуванні; допомога покупцям у виборі та

	придбанні різноманітних алкогольних напоїв і горілок; експертування на ділову успішність; імпортування експорту різноманітних алкогольних напоїв і горілок; консультування і поради щодо налагоджування і керування справами; консультування фахове щодо підприємництва; консалтингові послуги; маркетингові послуги; менеджмент у галузі бізнесу; наймання (прокат) рекламних матеріалів; наймання (орендування) місця на рекламу; наймання рекламного часу на засобах інформування; надавання допомоги в керуванні проектами; оформлення вітрин; послуги постачання для інших (закуповування товарів та надавання постачальницьких послуг іншим фірмам); професійне консультування і поради щодо керування роботою торговельних підприємств; публікування рекламних текстів; радіорекламування; рекламування через комп'ютерну мережу; розповсюджування рекламних матеріалів; розповсюджування зразків; розміщування в одному місці, на користь іншим особам, різноманітних алкогольних напоїв і горілок, яке дозволяє покупцям оглядати, замовляти та купувати ці товари на підприємствах оптової і роздрібною торгівлі або в супермаркетах; розміщування в мережі Інтернет на веб-сторінках і веб-сайтах інформації щодо асортименту різноманітних алкогольних напоїв і горілок та переліку надаваних послуг;; яке дозволяє покупцям зручно оглядати;; замовляти та купувати ці напої і замовляти послуги з веб-сторінок і веб-сайтів в мережі Інтернет;; а також отримувати необхідну інформацію про ці напої чи надавані послуги; сприяння продажеві (посередництво); телевізійне рекламування; упорядковування та систематизування інформації комп'ютерних баз даних; шукання відомостей (інформації, даних) в комп'ютерних файлах (для інших)";
№ свідоцтва, № бюлетеня	№ 89416 від 25.03.2008, бюлетень № 6
Зображення знаку	
Клас МКТП	33 клас: "Алкогольні напої (крім пива); алкогольні напої, що сприяють травленню; алкогольні напої, що містять фрукти; алкогольні напої на травах; анісова горілка; аперитиви; бренді; вермути; вина; вина ароматизовані; вина ігристі; вина лікерні; вина пінливі, в тому числі газовані; віскі; гідромель (медівка); гіркі настоянки; горілка; горілка вишнева; горілка з перцем; горілка з лимоном; горілка житня; горілка пшенична; джин; коктейлі; коньяки; лікери; м'ятна горілка; м'ятні настоянки; міцні виноградно-алкогольні напої; напої алкогольні перегінні; ром; sake; сидри; слабоалкогольні напої; спиртні напої; шампанське".

Міжнародні реєстрації знаків, які заявлено в Україну відповідно до Мадридської угоди про міжнародну реєстрацію знаків та/або Протоколу до Мадридської угоди про міжнародну реєстрацію знаків	
Власник міжнародної реєстрації	Номер міжнародної реєстрації
Нечитайло-Ріджок О.В.	950966
Нечитайло-Ріджок О.В.	950967
Нечитайло-Ріджок О.В.	1084738
Нечитайло-Ріджок О.В.	1096060
Нечитайло-Ріджок О.В., ТОВ "Національна Горілчана Компанія"	1041018

Охоронні документи на знаки для товарів і послуг отримані в іноземних державах згідно з їх національною системою		
Власник охоронного документу	Номер охоронного документу	Країна в якій отримано охоронний документ
Нечитайло-Ріджок О.В.	№ 1627437, № 1627438	Індія
ТОВ "Національна Горілчана Компанія"	№ 9821	Республіка Киргизія
ТОВ "Національна Горілчана Компанія"	№ 1111	Республіка Молдова
ТОВ "Національна Горілчана Компанія"	№ 1472916	Канада
ТОВ "Національна Горілчана Компанія"	№ 228431, № 228433	Ізраїль

На підставі наведених вище доказів щодо здійснених реєстрацій знаків зі словесним елементом "ЦЕЛЬСІЙ", включаючи його різні комбінації з іншими словесними і зображувальними елементами, колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що Заявник здійснює всі необхідні заходи для набуття правової охорони цього знака як в Україні, так і в інших країнах світу.

5. Цінність, що асоціюється зі знаком

Колегія Апеляційної палати зазначає, що Заявники довели той факт, що серед споживачів існує високий рівень довіри до продукції, маркованої знаком "ЦЕЛЬСІЙ". Вказане підтверджується значними та динамічно зростаючими обсягами продажу продукції під знаком "ЦЕЛЬСІЙ". Крім того, цінність знака, довіра споживачів і фахівців підтверджена численними нагородами на міжнародних та національних виставках та конкурсах за виготовлення якісної продукції під знаком "ЦЕЛЬСІЙ".

З 2005 року Заявником було проведено масштабні і різнопланові рекламні акції, спрямовані на просування продукції під знаком "ЦЕЛЬСІЙ" з

метою інформування як споживачів алкогольної продукції так і спеціалістів в сфері виробництва та продажу алкогольної продукції.

Таким чином, виходячи з інформації, наданої Заявниками, колегія Апеляційної палати робить висновок, що надані Заявниками докази підтверджують наявність факторів, що свідчать про добру відомість знака "ЦЕЛЬСІЙ" в Україні відносно Нечитайло-Ріджок О.В. та Товариства з обмеженою відповідальністю "Національна Горілчана Компанія" для товарів 33 класу МКТП: "горілка" станом на 1 січня 2007 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, Порядком визнання знака добре відомим в Україні Апеляційною палатою Державної служби інтелектуальної власності, колегія Апеляційної палати

в и р і ш и л а:

визнати, знак "ЦЕЛЬСІЙ" добре відомим в Україні відносно Нечитайло-Ріджок О.В. та Товариства з обмеженою відповідальністю "Національна Горілчана Компанія" для товарів 33 класу МКТП "горілка" станом на 1 січня 2007 року.

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

Головуючий колегії

В.С. Дмитришин

Члени колегії

О.В. Постоялкіна

В.М. Ресенчук

О.В. Саламов

Ю.В.Ткаченко