

Додаток
до наказу Міністерства розвитку
економіки, торгівлі та сільського
господарства України
26.05.2020 № 973-20

**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

Р І Ш Е Н Н Я

25 лютого 2020 року

Колегія Апеляційної палати Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Перевезенцева О.Ю. від 20.08.2019 № Р/89-19 у складі головуєчого Перевезенцева О.Ю. та членів колегії Шатової І.О., Потоцького М.Ю., Ткаченко Ю.В., Цибенко Л.А. розглянула заяву Товариства з обмеженою відповідальністю «Телерадіокомпанія «СТУДІЯ 1+1» (вул. Кирилівська, буд. 23, м. Київ, 04080) про визнання знака «1+1» добре відомим в Україні.

Представники заявника – Мазуренко О.А., Полтавець І.С.



Зображення знака: (додається).

Аргументація заявника

Заявник – Товариство з обмеженою відповідальністю «Телерадіокомпанія «СТУДІЯ 1+1» (далі – ТОВ «ТРК «СТУДІЯ 1+1») у заяві від 15.08.2019 (вх. № ВКО/402-19) просить визнати знак «1+1» добре відомим в Україні відносно послуг 35, 38, 41 та 42 класів Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП) станом на 01.01.2016.

Заява обґрунтовується наступними доводами.

Телеканал «1+1» - це український телеканал, який входить до Групи 1+1 Медіа, одного з найбільших медіа-холдингів України. Телеканал було засновано у вересні 1995 року.

Телеканал «1+1» розпочав діяльність з продакшну «Студія 1+1» – «доньки» компанії Іннова-Фільм (Innova-Film), яка займалася купівлею зарубіжних фільмів і серіалів, їх перекладом і дубляжем для розміщення в ефірі Національної телекомпанії України (УТ-1).

3 вересня 1995 року в ефірі УТ-1 вперше з вуст ведучої Людмили Клепакової пролунали слова: «Вітаємо вас! В Ефірі – «Студія 1+1». Першим фільмом був «Нікельдеон» Богдановича з Брайаном О'Нілом у головній ролі. Так «Студія 1+1» почала мовлення на першому національному каналі УТ-1, ставши його приватним партнером. Обсяг мовлення складав тоді 6 годин на добу.

У вересні 1996 року обсяг мовлення «Студії 1+1» розширився до 60 годин на тиждень, що складало майже половину всієї програми УТ-1. Поряд з кінопоказом розпочалося виробництво власних програм. 6 вересня вийшла в ефір інформаційно-розважальна програма «Телеманія», випуски якої по черзі готували Юрій Макаров і Микола Вересень.

У листопаді 1996 року Національна рада з питань телебачення і радіомовлення видала телекомпанії «Студія 1+1» ліцензію на мовлення обсягом 9 годин щодобово по телевізійній мережі другого загальнонаціонального каналу УТ-2.

01.01.1997 «1+1» став окремим телеканалом, саме цього дня відбувся перехід «Студії 1+1» з УТ-1 на канал УТ-2 в якості самостійного мовника. У сітці мовлення з'являється низка нових авторських програм: «ТСН», «Табу», «Пісня року», «Бомба», «ПроСпорт», «Проти ночі», «Післямова», «Телеманія», «П'ятий кут». У квітні 1997 року на телеканалі «1+1» у ранковому ефірі (від 7 до 10 години) починає виходити нова тригодинна програма «Сніданок з 1+1».

З 1997 року на телеканалі «1+1» розпочав роботу відділ дизайну, згодом розроблено та створено фірмовий знак телеканалу.

30 липня 2004 року телеканал «1+1» отримав нову ліцензію на мовлення, згідно з якою обсяг мовлення збільшився до 24 годин на добу.

У березні 2006 року стартувала міжнародна версія телеканалу «1+1» – «1+1 International».

Контент, який виробляє і транслює телеканал «1+1», – різноманітний, та складається з: інформаційних програм («ТСН», «Гроші», «Українські сенсації», «Сніданок з 1+1» та ін.); розважальних програм («Міняю жінку», «Світ навиворіт», «Голос країни», «Жіночий квартал», «Ліга сміху» та ін.); серіалів власного виробництва («Хазяйка», «Матусі», «Центральна лікарня», «Сувенір з Одеси», «Останній москаль», «Школа», «Дві матері» та ін.); зарубіжних серіалів («Величне століття. Роксолана», «Шерлок», «Величне століття. Нова володарка», «Наречена зі Стамбула», «Чорнобиль» та ін.); передач («Право на владу», «Сімейні мелодрами», «Пекельна кухня», «Битва хорів», «Інспектор Фреймут», «На ножах» та ін.); телесеріалів («Усі жінки відьми», «Клон», «Інтерни» та ін.).

В якості доказів та на підтвердження своїх доводів про добру відомість в Україні знака «1+1» заявником надано такі документи та матеріали до них:

1. Зображення знака.
2. Копія Свідоцтва України № 22178 на знак для товарів і послуг «1+1».
3. Виписка з Державного реєстру свідоцтв України на знаки для товарів і послуг щодо свідоцтва № 22178.
4. Копії ліцензій на мовлення видані ТОВ «ТРК «Студія 1+1»: № 000280 від 11.11.1996, НР № 0559-м від 30.07.2004, НР № 00878 від 29.12.2006, НР № 00081-м від 05.08.2014, НР № 00904-м від 07.06.2016, НР № 00081-м від 25.04.2016, НР № 00878-м від 29.12.2016, НР № 00909-м від 23.08.2018.
5. Бухгалтерська довідка ТОВ «ТРК «Студія 1+1» № 01/06/2019 від 30.06.2019 про вартість знака «1+1».
6. Копії роздруківок з відеохостингу Youtube щодо наступних програм: «ТСН», «Гроші», «Українські сенсації», «Сніданок з 1+1», «Міняю жінку», «Світ навиворіт», «Голос країни», «Жіночий квартал», «Модель XL», «Ліга сміху», «Хазяйка», «Матусі», «Центральна лікарня», «Сувенір з Одеси», «Останній москаль», «Школа», «Дві матері», «Величне століття», «Наречена зі Стамбула», «Чорнобиль», «Право на владу», «Сімейні мелодрами», «Пекельна кухня», «Битва хорів», «Інспектор Фреймут», «На ножах» з відображенням знаку для товарів і послуг «1+1».
7. Довідка ТОВ «Індустріальний Телевізійний Комітет» № 1106-01 від 11.06.2019 про дані ТВ панелі та загальні показники телеканалу «1+1» з 01.01.2016 по 31.10.2018.
8. Копія договору № 231216 від 23.12.2016 між ТОВ «ТРК «Студія 1+1» та Тароновим А.В.
9. Копії договорів №А-20170718/5085 від 18.07.2017, № А-20180806/6387 від 03.08.2018 між ТОВ «ТРК «Студія 1+1» та ТОВ «Тейлор Нельсон Софрез Україна» про проведення маркетингових досліджень «Сприйняття телеканалу 1+1» та копії звітів проведених досліджень.
10. Роздруківки офіційних сторінок «1+1» у соціальних мережах Twitter, Facebook, Youtube, Instagram.
11. Копії подяк та грамот, якими нагороджений колектив телеканалу «1+1», копії дипломів та нагород, якими відзначений телеканал «1+1».
12. Копії договорів про надання рекламних послуг (у тому числі розміщення зовнішньої реклами на щитах, рекламних носіях, сітілайтах, плакатах, банерах, транспорті) з ТОВ «Оптімум Медіа Україна» № 22-1014 від 22.10.2014; ТОВ «Аутодор Медіа Україна» № 280117 від 25.01.2017; Національним комплексом «Експоцентр України» № 14112017 від 14.11.2017; ТОВ «ПРОФІ ЕДЗ» № 11/10/17 від 11.10.2017; ТОВ «Глобал Медіа Груп» № 01.0811-А01 від 01.08.2011, № 011017-А10 від 06.10.2017; ТОВ «Фьюз

Медіа» № СП-1/16 від 29.01.2016; ТОВ «Едіпресс Україна» № 4981 АД від 01.01.2017; Дочірнім підприємством зі 100% іноземною інвестицією «Бурда-Україна» № 2145 від 10.01.2017; ТОВ «Хьюорст Шкульов Україна» № 1-М/01-18 від 15.01.2018; ТОВ «АДПРО» № 17/02-15 від 17.02.2015; ТОВ «УКРНЕТ» № 160117/R від 16.01.2017; ТОВ «АГЕНТСТВО ЦИФРОВИХ РІШЕНЬ» № 03-15 від 01.03.2015; Концерном радіомовлення, радіозв'язку та телебачення № 02/01/2017 від 12.01.2017.

13. Копія договору з ТОВ «ЕЛЕФАНТ ГРУП» № 0807-01/15 від 08.07.2015 на поставку продукції.

14. Роздруківки з сайтів Інтернет-провайдерів: «Воля», «Тріолан», «Укртелеком», «Київстар», у базовий пакет яких входить телеканал «1+1».

15. Довідка ТОВ «ТРК «Студія 1+1» №12/08/2019_2 від 12.08.2019 про вартість знаку «1+1».

16. Довідка ТОВ «ТРК «Студія 1+1» № 12/08/2019 від 12.08.2019 щодо здійснення витрат на рекламу ТОВ «ТРК «Студія 1+1» за 2010 – 2019 роки.

08.11.2019 (вх. № ВКО/595-19) заявник подав доповнення до заяви про визнання знаку «1+1» добре відомим в Україні та просить визнати знак «1+1» добре відомим відносно наступних послуг: 35 клас МКТП «телевізійне рекламування»; 38 клас МКТП «телевізійне мовлення»; 41 клас МКТП «створення та прокат відео-, кіно-, телепродукції» станом на 01.01.2019.

18.11.2019 (вх. № ВКО/609-19) заявник надіслав додаткові матеріали до заяви про визнання знаку «1+1» добре відомим в Україні: копії актів наданих послуг до договорів про надання рекламних послуг з ТОВ «Аутодор Медіа Україна» № 280117 від 25.01.2017; Національним комплексом «Експоцентр України» № 14112017 від 14.11.2017; ТОВ «ПРОФІ ЕДЗ» № 11/10/17 від 11.10.2017, ТОВ «Глобал Медіа Груп» № 01.0811-А01 від 01.08.2011, № 011017-А10 від 06.10.2017; ТОВ «Фьюз Медіа» № СП-1/16 від 29.01.2016; ТОВ «Едіпресс Україна» № 4981 АД від 01.01.2017; Дочірнім підприємством зі 100% іноземною інвестицією «Бурда-Україна» № 2145 від 10.01.2017; ТОВ «Хьюорст Шкульов Україна» № 1-М/01-18 від 15.01.2018; ТОВ «УКРНЕТ» № 160117/R від 16.01.2017; ТОВ «АДПРО» № 17/02-15 від 17.02.2015; ТОВ «АГЕНТСТВО ЦИФРОВИХ РІШЕНЬ» № 03-15 від 01.03.2015; ТОВ «ЕЛЕФАНТ ГРУП» № 0807-01/15 від 08.07.2015.

17.01.2020 (вх. № ВКО/28-20) заявник надіслав додаткові матеріали до заяви про визнання знаку «1+1» добре відомим в Україні:

1. Довідка ТОВ «Індустріальний Телевізійний Комітет» № 2011-06 від 20.11.2019 про дані ТВ панелі та загальні показники телеканалу «1+1» з 01.01.2014 по 31.10.2019.

2. Довідка ТОВ «Індустріальний Телевізійний Комітет» № 2011-07 від 20.11.2019 про дані ТВ панелі та загальні показники телеканалів «INTER» «ICTV», «СТБ», «Україна» з 01.01.2014 по 31.10.2019.

3. Довідка ТОВ «ТРК «Студія 1+1» про кількість глядачів та територію покриття телеканалу «1+1» по Україні за 2014 – 2019 роки.

4. Роздруківка офіційної сторінки телеканалу «1+1» із соціальної мережі Twitter з аналітичними показниками за листопад 2019 року.

5. Роздруківки сторінок Інтернет-сайту www.1plus1.ua з аналітичними показниками за 2014-2019 роки.

6. Інформаційний лист ТОВ «ЕЙЧ ЕС Україна» № 36 від 27.11.2019 щодо тиражів поліграфічної продукції на території України, в якій розміщувалась реклама проектів телеканалу «1+1».

7. Інформаційний лист Дочірнього підприємства зі 100% іноземною інвестицією «Бурда-Україна» № 71 від 14.11.2019 щодо тиражів поліграфічної продукції на території України, в якій розміщувалась реклама проектів телеканалу «1+1».

8. Копія договорів щодо надання рекламних послуг з ТОВ «Едіпрес Україна» № 4080 AD від 01.07.2014; № 30 від 15.12.2010, ТОВ «Хьюорст Шкульов Україна» № 1-М/01-18 від 15.01.2018 з актами виконаних робіт.

9. Довідка ТОВ «ТРК «Студія 1+1» щодо кількості абонентів найбільших провайдерів, в базовий пакет яких входить телеканал «1+1» за 2017- 2019 роки.

10. Копії ліцензійних договорів з ТОВ «1+1 Інтернет» № 311218/1 від 31.12.2018, № 311216/1 від 27.01.2017 з актами до ліцензійних договорів.

11. Копія ліцензійного договору про надання виключного суміжного права № 2017/0081 від 19.12.2016 між ТОВ «Мережа Ланет» та ТОВ «1+1 ІНТЕРТНЕТ» з додатками, актами до ліцензійного договору.

12. Копії ліцензійних договорів про надання невиключного суміжного права між ТОВ «Мережа Ланет» та ТОВ «1+1 ІНТЕРТНЕТ» № 2018/0010 від 01.12.2017, № 2019/0011 від 01.11.2018 та копії додатків, актів до ліцензійного договору.

13. Копії ліцензійних договорів про надання невиключного суміжного права між ТОВ «Контент Трейдінг» та ТОВ «1+1 ІНТЕРТНЕТ» № 2017/0083 від 19.12.2016, № 2018/0038 від 01.12.2017, № 2019/0005 від 01.11.2018 з додатками та актами до ліцензійних договорів.

14. Копії ліцензійних договорів про надання невиключного суміжного права між ТОВ «Воля-Кабель» та ТОВ «1+1 ІНТЕРТНЕТ» № 2017/0006 від 30.12.2016, № 2019/129 від 20.12.2018 з додатками та актами до ліцензійних договорів.

15. Копії договорів з ТОВ «Глобал Медіа Груп» № С2017 від 26.12.2016, № 010511 від 01.05.2011, № 170112 від 30.04.2012 з додатковими угодами, актами про надання рекламних послуг, ефірними довідками про розміщення реклами на телеканалі «1+1».

17. Копії договорів про виробництво (створення) аудіовізуального твору та передачу (відчуження) майнових прав з Іноземним підприємством «1+1 ПРОДАКШН» за 2013-2019 роки з додатками та актами виконаних робіт.

18. Довідки ТОВ «Індустріальний Телевізійний Комітет» №№ 2011-03, 2011-04, 2011-05 від 20.11.2019 про дані ТВ панелі програм, що транслювалися на телеканалі «1+1» у період з 01.01.2014 по 31.10.2019.

19. Копія договору з ТОВ «Гравіс» № 06/02 від 06.02.2017 про передачу (відчуження) виключних майнових авторських прав на телепередачу «Голос країни Діти 3» з актами прийому-передачі прав.

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 «1+1» добре відомим в Україні станом на 1 січня 2019 року, заслухала пояснення представників 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 з статтею 6bis 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 встановлення того, чи є знак «1+1» добре відомим в Україні, колегією Апеляційної палати розглянуті, зокрема, такі фактори:

1. Ступінь відомості чи визнання знака у відповідному секторі суспільства

Відповідно до 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/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.

Доречним сектором суспільства для послуг «телевізійне рекламування», «телевізійне мовлення», «створення та прокат відео-, кіно-, телепродукції», що надаються під знаком «1+1», є широкі верстви населення України різного віку і статі, які переглядають телевізійний контент.

Доводи щодо високого ступеню відомості знака «1+1» серед доречного кола споживачів ґрунтуються на результатах маркетингових досліджень «Сприйняття телеканалу 1+1», проведених Товариством з обмеженою відповідальністю «Тейлор Нельсон Софрез Україна» з 18 липня по 23 вересня 2017 року та з 15 серпня по 24 вересня 2018 року. Дослідження проводились методом телефонного опитування по всій території України (за виключенням зони АТО та АР «Крим») серед жінок та чоловіків у віці від 18 до 45 років, які дивляться телевизор хоча б один раз на тиждень.

За даними дослідження 2017 року телеканал «1+1» відомий переважній більшості представників досліджуваної цільової аудиторії (78%). 40% респондентів регулярно переглядають телеканал «1+1» та 10 % респондентів називають телеканал улюбленим.

За даними дослідження 2018 року знають телеканал «1+1» 80% опитуваних респондентів, з них 49% респондентів регулярно переглядають телеканал «1+1», 13 % респондентів називають телеканал улюбленим.

На підтвердження відомості знака «1+1» серед доречного кола споживачів заявник надав довідки ТОВ «Індустріальний Телевізійний Комітет», провідної компанії яка надає ринку дослідження телевізійної аудиторії (ТВ панель) та фіксує щосекундне дивлення ТВ за допомогою високотехнологічних пристроїв.

Відповідно до даних дослідження телевізійної аудиторії (ТВ панель) щодо кількості глядачів телеканалу «1+1» за 2014-2019 роки, у 2014 році дивились телеканал «1+1» хоча б одну секунду хоча б одного дня 39 334 494 осіб, у 2015 році – 36 183 693 осіб, у 2016 році – 35 837 310 осіб, 2017 році – 35 535 344 осіб, 2018 році – 33 313 026 осіб, 2019 році – 32 552 540 осіб.

Рейтинг телеканалу «1+1» складає за 2014 рік – 1,9 %, 2015 рік – 2%, 2016 рік – 1,9 %, 2017 рік – 1,7 %, 2018 рік – 1,6 %, 2019 рік – 1,6%.

Відсоток глядачів, що дивилися телеканал «1+1», від загальної їх кількості – складає за 2014 рік – 10,6 %, 2015 рік – 11,3 %, 2016 рік – 11%, 2017 рік – 10,1%, 2018 рік – 9,8%, 2019 рік 10,2%. Відсоток людей у цільовій групі, які дивилися телеканал «1+1» хоча б одного дня, хоча б одну секунду, складає за 2014 рік – 98,4%, 2015 рік – 94,5%, 2016 рік – 95 %, 2017 рік – 95%, 2018 рік – 96,9 %, 2019 рік – 95,9%.

Про добру відомість знака «1+1» також свідчать дослідження щодо сприйняття телеканалу «1+1» та його передач глядачами. Відповідно до договору від 23.12.2016, укладеного між ТОВ «ТРК «Студія 1+1» та Тарановим А.В., було проведено аналіз глядацької аудиторії окремих програм, що транслюються на телеканалі «1+1».

Результати проведеного дослідження свідчать про те, що передачі та фільми, які транслюються на телеканалі «1+1», займають наступну долю ринку в містах з населенням більше 50 тисяч вікової категорії 18-45 років та в містах з населенням менше 50 тисяч вікової категорії 18-54 років: «Київ вечірній» станом на лютий 2017 року – 8,1 % та 9,8 % відповідно; «Ліга сміху» станом на перший квартал 2017 року – 12,5 % та 13% відповідно; «Світ навиворіт» станом на перший квартал 2017 року – 9,1% та 10,1% відповідно; «Село на мільйон» станом на друге півріччя 2016 року – 10,7% та 15,4% відповідно; «Слуга народу» станом на друге півріччя 2015 року – 20,1% та 18,4% відповідно.

Також, про визнання знака свідчать численні нагороди, подяки, грамоти та дипломи, які отримував заявник. За 16 років існування головної індустріальної премії «Телетріумф» телеканал «1+1» здобув 79 нагород, серед них сім нагород у Алли Мазур, шість – за дизайн телеканалу. У 2016 році телеканал «1+1» отримав 15 нагород на «Телетріумф – 16». Телеканал «1+1» отримав нагороду Telecom Awards 2018, як переможець у номінації «Лідер перегляду у цифрових телемережах».

Колектив телеканалу «1+1» неодноразово відзначався подяками, грамотами та дипломами: грамота за професійний внесок у справу розбудови національної безпеки від 23.05.2009; подяка за багаторічну дружню співпрацю, підтримку, розуміння та увагу до діяльності військовослужбовців внутрішніх військ МВС України; подяка за своєчасне та об'єктивне висвітлення діяльності органів Державної податкової служби (2012 рік); грамота за сумлінне виконання службових обов'язків, вагомий внесок у справу висвітлення діяльності Оперативно-рятувальної служби цивільного захисту, проведення роз'яснювальної роботи щодо безпеки життєдіяльності населення та з нагоди Дня журналістів (2014 рік); подяка телеканалу за активну співпрацю з висвітлення соціальної тематики, внесок у суспільно-гуманітарне життя України та вміння вражати (2016 рік); диплом переможця у номінації кращий телевізійний канал загального перегляду у 2017 році; диплом переможця у номінації загального перегляду у 2018 році;

відзнака Національної спілки журналістів України як Акула пера в 2019 році.

За результатами дослідження документів, наданих заявником, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що знак «1+1», на вказану в заяві дату 01.01.2019 отримав визнання у відповідному секторі суспільства.

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

Використання знака «1+1» розпочалося у 1995 році, з моменту виходу в ефір першої програми виробництва Телерадіокомпанії «Студія 1+1» на Першій загальнонаціональній частоті, на якій телеканал «1+1» транслювався як кількагодинний блок у вечірньому ефірі Першого національного.

Як самостійний телеканал «1+1» розпочав мовлення з 1 січня 1997 року в Другій частоті, розділяючи ефір з «УТ-2». Мовлення «Студії 1+1» на частоті УТ-2 здійснювалося двома блоками: вранці з 7:00 до 10:00 і ввечері – з 18:00 до опівночі. З грудня 2001 року по липень 2004 року обсяг мовлення телеканалу становив 15 годин на добу.

30 липня 2004 року телеканал «1+1» отримав ліцензію на цілодобове мовлення. Перехід на цілодобове мовлення розпочався 16 серпня 2004 року, був поступовим (з 4 вересня 2004 по 13 лютого 2005 року 1+1 віщав до 22 годин на добу – з 6:00 до 4:00) і остаточно завершився 14 лютого 2005 року.

На сьогоднішній день ліцензія на мовлення телеканалу «1+1» становить 24 години та охоплює всю територію України. Згідно з даними довідки ТРК «Студія «1+1», у 2019 році територія покриття телеканалу «1+1» розповсюджується на всю територію України.

Транслювання телеканалу «1+1» входить до пакету найбільш відомих Інтернет провайдерів України, таких як «Воля», «Тріолан», «Ланет». На підтвердження зазначеного, заявником надано копії укладених ліцензійних договорів з ТОВ «1+1 Інтернет» про надання виключних суміжних прав на розповсюдження програм телеканалу «1+1» за допомогою DVB-S/МІТРІС/ММДС/Телесело/аналогової мережі, IPTV, OTT та DTH використовуючи ресурс Телемережі на території у пакетних програмах та копії ліцензійних договорів з провайдерами ТОВ «Контент-трейдинг» («Тріолан»), ТОВ «Мережа ланет» («Ланет»), ТОВ «Воля Кабель» («Воля») за 2016-2018 роки.

Починаючи з 2013 року під знаком «1+1» на замовлення ТОВ «ТРК «Сутдія 1+1» створюється телепродукція, а саме телевізійні передачі, багатосерійні художні фільми, документальні фільми, серіали.

На підтвердження зазначеного заявником надані копії договорів з іноземним підприємством «1+1 Продакшн» та акти виконаних робіт за 2016-2018 роки про (виробництво) створення наступних аудіовізуальних творів: телевізійні передачі «Право на владу», «Зі сходу на захід (спец проект

до Дня Незалежності)), «Життя без обману – 2 (2016)», «Одруження наосліп», «Світ навиворіт», «4 весілля», «Танці з зірками», «Голос країни», «Голос країни Діти», «Обмін дружинами», «Сніданок вихідного дня», «Сніданок з 1+1», «Гроші»; документальні фільми «Незалежність. Історія 1000-літнього обману/Україна. Повернення своєї історії», «Незалежність 2», фільми «Чорнобиль/Розщеплені на атоми», «Великі Вуйки», «Школа»; серіали «Останній москаль/Московський родич», «Останній москаль. Судний день», «Село на мільйон».

Колегія Апеляційної палати вважає, що надані заявником відомості та документи, що їх підтверджують, доводять факт тривалого використання знака «1+1» відносно заявлених послуг.

3. Тривалість, обсяг та географічний район будь-якого просування знака, включаючи рекламування чи оприлюднення та представлення на ярмарках чи виставках товарів та/або послуг, щодо яких знак застосовується

Добра відомість знака «1+1» досягнута завдяки активному і тривалому його просуванню, яке здійснювалося різними способами, зокрема, у мережі Інтернет та соціальних мережах, також через активне рекламування знаку «1+1» шляхом розміщення зовнішньої реклами, реклами в друкованих засобах масової інформації, участі заявника в публічних та соціальних заходах.

Просування знака «1+1» у значній мірі сприяла широка рекламна кампанія проектів телеканалу «1+1» у зовнішній рекламі, зокрема у приміщеннях метрополітену та вагонах рухомого складу метрополітену міст Києва та Харкова, в торговельних центрах міста Києва ТРЦ «Skymall», ТРЦ «Океан плаза», ТРЦ «Гулівер», на щитах та сіті-лайтах найбільших міст України, що підтверджується наданими копіями договорів та актів про розміщення зовнішньої реклами за 2011, 2016, 2017, 2018 роки.

Відповідно до договору з національним комплексом «Експоцентр України», «Логотип: 1+1 «Ти не один» розміщувався на рекламних матеріалах під назвою «Зимова країна на ВДНГ» у ліфтах, холах житлового комплексу «Ліко град», на транспорті, у приміщеннях метрополітену Києва, на біл-бордах, сіті-лайтах та в мережі Інтернет у період з 01.12.2017 по 31.12.2017 року.

Просуванню знака «1+1» й популяризація програм власного виробництва телеканалу «1+1», здійснювалися за допомогою засобів масової інформації та мережі Інтернет, зокрема, шляхом розміщення реклами проектів телеканалу «1+1» в журналах «Единственная», «Viva», «Отдохни!», «Лиза», «Добрые советы. Люблю готовить», «Cosmopolitan», «ELLE», «Esquire», розміщення реклами на сайтах: megogo.net, tochka.net, ivona.bogmir.net, ukr.net, sinoptik.ua, mail.ukr.net, oracul.com, kinoafisha.ua, tvgid.ua, pravda.com.ua.

Зазначене підтверджується наданими заявником копіями договорів за 2016-2019 роки та довідками щодо тиражу та розповсюдження випусків журналів з рекламою проектів телеканалу «1+1» по території України.

Просуванню знака «1+1» сприяло розміщення третіми особами реклами на телеканалі «1+1», що підтверджується наданими договорами за 2011 – 2019 роки.

Обізнаності споживачів сприяла інформація, яка розміщувалась на особистих сторінках телеканалу «1+1» в соціальних мережах Twitter, Facebook, Youtube, Instagram. Станом на 23.07.2019 кількість підписаних користувачів сторінки «1+1» на Twitter складає 2 110 осіб, Facebook – 777 252 осіб, Youtube – 1 436 355 осіб та Instagram – 1 100 000 осіб.

Телеканал «1+1» має свій власний Інтернет-сайт www.1plus1.ua, який щомісяця відвідує більше 1 мільйона користувачів. Відповідно до роздруківок із сайту www.1plus1.ua з аналітичними показниками за 2014 – 2019 роки, у 2014 році сайтом користувалося 12 577 481 осіб, 2015 році – 14 924 486 осіб, 2016 році – 16 417 652 осіб, 2017 році – 22 390 096 осіб, 2018 році – 27 965 153 осіб, січні – жовтні 2019 року – 141 991 429 осіб. Продивлялись інформацію з сайту у 2014 році – 85 547 175 разів, 2015 році – 109 166 970 разів, 2016 році – 123 953 339 разів, 2017 році – 154 191 849 разів, 2018 році – 235 636 838 разів, січні – жовтні 2019 році – 141 991 429 разів.

Кількість сеансів та їх середня тривалість у 2014 році – 36 454 726, 3 хв. 13 сек.; 2015 році – 48 045 548, 3 хв. 15 сек.; 2016 році – 56 774 372, 7 хв. 23 сек.; 2017 році – 69 781 590, 11 хв. 17 сек.; 2018 році – 104 001 661, 16 хв. 48 сек.; січні – жовтні 2019 року – 68 673 245, 15 хв. 07 сек.

Зростанню популярності телеканалу «1+1» сприяє благодійна діяльність, яку заявник розпочав з 2014 року, коли брав участь у щорічній акції «День Щастя в МакДональдз». Знак «1+1» розміщувався на рекламних матеріалах, присвячених цій акції, які безкоштовно розповсюджувались в усіх ресторанах «МакДональдз» в містах Київ, Бориспіль, Житомир, Одеса, Харків, Дніпропетровськ, Кривий Ріг, Миколаїв, Суми, Львів, Черкаси, Полтава, Запоріжжя, Рівне, Кременчуг та Херсон.

У листопаді 2017 року Групою Медіа «1+1» засновано Благодійний фонд «Ти не один», а 2019 році телеканал «1+1» отримав сертифікат від Асоціації Благодійників України, як вітчизняне медіа, яке найбільш широко і систематично надавало суспільству інформацію про добродійне життя в Україні.

За результатами дослідження представлених заявником документів колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що надані відомості свідчать про активне та тривале просування знака «1+1».

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

На підтвердження факту реєстрацій знака заявник надав інформацію щодо реєстрацій в Україні знака «1+1» та інших знаків, що містять його в якості елемента.

Так на ім'я ТОВ «ТРК «Студія 1+1» зареєстровані наступні знаки:



за свідоцтвом № 22178 (35, 38, 41, 42 класи МКТП);



за свідоцтвом № 18505 (35, 38, 41 класи МКТП);



за свідоцтвом № 22332 (35, 38, 41, 42 класи МКТП);



International за свідоцтвом № 77698 (35, 38, 41, 42 класи МКТП);

Сніданок з 1+1 за свідоцтвом № 117078 (35, 41 класи МКТП);

grupa 1 plus 1 за свідоцтвом № 171847 (35, 38 класи МКТП);

media 1 plus 1

за свідоцтвом № 17476 (35, 38 класи МКТП);



за свідоцтвом № 181439 (9, 35, 38, 41 класи МКТП).

На підставі наведених доказів щодо здійснених реєстрацій знака «1+1» колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що заявник здійснював та продовжують здійснювати всі необхідні заходи для набуття і підтримання правової охорони цього знака в Україні.

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 «1+1» відносно ТОВ «ТРК «Студія 1+1» для послуг 35 класу МКТП «телевізійне рекламування»; послуг 38 класу МКТП «телевізійне

мовлення» та послуг 41 класу МКТП «створення та прокат відео-, кіно-, телепродукції» станом на 01.01.2019.

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

вирішила:

визнати знак «1+1» добре відомим в Україні відносно Товариства з обмеженою відповідальністю «Телерадіокомпанія «СТУДІЯ 1+1» для послуг 35 класу МКТП: «телевізійне рекламування»; послуг 38 класу МКТП: «телевізійне мовлення» та послуг 41 класу МКТП: «створення та прокат відео, кіно-, телепродукції» станом на 01.01.2019.

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

Додаток: зображення знака на 1 арк.

Головуючий колегії

О. Ю. Перевезенцев

Члени колегії

І. О. Шатова

М. Ю. Потоцький

Ю. В. Ткаченко

Л. А. Цибенко

Додаток до рішення
Апеляційної палати від 25.02.2020

Зображення знака

