

ДЕРЖАВНА СЛУЖБА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ УКРАЇНИ
АПЕЛЯЦІЙНА ПАЛАТА

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

Тел.: (044) 494-06-65; Факс: (044) 494-06-63

Р І Ш Е Н Н Я

18 квітня 2013 року

Колегія Апеляційної палати Державної служби інтелектуальної власності України, затверджена розпорядженням заступника голови Апеляційної палати Василенко І. Е. від 06.02.2013 № 191 у складі головуючого – Василенко І. Е. та членів колегії Горбик Ю. А., Запорожець Л. Г., Сенчука В. В., Ресенчука В. М., розглянула заяву Товариства з обмеженою відповідальністю «ЕКО» про визнання знака «ЕКО маркет, зобр.» добре відомим в Україні.



Зображення знака:

Розгляд заяви здійснювався на засіданні колегії Апеляційної палати 10.04.2013, 18.04.2013.

На засіданні присутній представник заявника – патентний повірений Кожарська І. Ю.

Аргументація заявника:

Заявник - Товариство з обмеженою відповідальністю «ЕКО» (далі – ТОВ «ЕКО») просить визнати знак «ЕКО маркет, зобр.» добре відомим в Україні станом на 1 січня 2008 року відносно послуг 35 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг (далі – МКТП): *«реклама; керування справами; ділове адміністрування; канцелярські роботи; агентства комерційного інформування; адміністративне оброблення замовлень на купівлю; аналізування собівартості; аудиторські послуги; аудіо-, відео- і фотореклама; влаштування і провідіння виставок або ярмарків на комерційні або рекламні потреби, в тому числі в мережі Інтернет; влаштування і провідіння різноманітних рекламних акцій і рекламних кампаній, опитувань, рекламних шоу і презентацій; вивчення ринку; демонстрування товарів; ділова*

експертиза; ділове оцінювання; ділове розвідування; досліджування ділове; досліджування ринкове; досліджування і прогнозування ринку товарів і послуг; ділове інформування; ділові довідки; допомога в керуванні справами; допомога у комерційному або промисловому керуванні; допомога покупцям у виборі та придбанні різноманітних товарів, в тому числі: продовольчих товарів і напоїв, товарів для дому та офісу, художніх та сувенірних виробів, посуду; економічне прогнозування; експортування на ділову успішність; імпорт-експорт різноманітних товарів, в тому числі: продовольчих товарів і напоїв, товарів для дому та офісу, художніх та сувенірних виробів, посуду; комерційна інформація і консультації для споживачів (центри підтримки споживачів); консультування і поради щодо налагоджування і керування справами; консультування фахове щодо підприємництва; консалтингові послуги; консультування щодо бухгалтерського обліку; консультування щодо штату працівників; комплектування штату працівників; маркетингові послуги; менеджмент у сфері бізнесу; надавання допомоги в керуванні бізнес-проектами; оформлення вітрин; перенаймання приміщень; послуги з розміщування рекламних матеріалів; послуги постачання для інших (закуповування товарів та надавання постачальницьких послуг іншим фірмам); пошук спонсорів; представлення продуктів через засоби комунікації з метою роздрібного продажу; професійне консультування і поради щодо керування роботою торговельних підприємств; рекламування через комп'ютерну мережу; розповсюдження рекламних матеріалів; розповсюдження зразків; розміщування в одному місці, на користь іншим особам, різноманітних товарів, в тому числі: продовольчих товарів і напоїв, товарів для дому та офісу, художніх та сувенірних виробів, посуду, що дозволяє покупцям оглядати, замовляти та купувати ці товари у підприємствах оптової і роздрібною торгівлі; розміщування в мережі Інтернет на веб-сторінках і на веб-сайтах інформації щодо асортименту різноманітних товарів та переліку надаваних послуг, що дозволяє покупцям зручно оглядати, замовляти та купувати ці товари і замовляти послуги з веб-сторінок і веб-сайтів в Інтернеті, а також отримувати необхідну інформацію про ці товари чи надавані послуги; складання звітів про стан рахунків; складання податкових декларацій; сприяння продажеві (посередництво); статистичне інформування».

До заяви додані документи, які, на думку заявника, свідчать про добру відомість в Україні знака «ЕКО маркет, зобр.», а саме:

1. Зображення знака «ЕКО маркет, зобр.».
2. Копія Свідоцтва про державну реєстрацію Товариства з обмеженою відповідальністю «ЕКО» № 051427 від 30.08.2002.
3. Копія Довідки з Єдиного Державного реєстру підприємств та організацій України (ЄДРПОУ) № 173542 від 05.02.2009.
4. Копія Довідки з Єдиного Державного реєстру підприємств та організацій України (ЄДРПОУ) № 784597 від 23.01.2013.
5. Копія статті «Впервые в Украине! Рейтинги супермаркетов: цены,

ассортимент, удобство» опублікована на сайті <http://dengi.ua/clauses/> від 25.10.2007.

6. Фотографії фасадів магазинів «ЕКО маркет» та торговельних залів.
7. Приклади рекламних проспектів акцій, які проводяться в торговельних залах супермаркетів мережі «ЕКО маркет» за 2005 – 2012 р.р.
8. Екземпляри друкованих видань за 2009 -2012 р.р.
9. Фотографії дисконтних карток мережі «ЕКО маркет».
10. Фотографії брендovаних автомашин мережі «ЕКО маркет».
11. Опитування стосовно доброї відомості знака «ЕКО маркет» в Україні», підготовлена ІП «ГФК ЮКРЕЙН» від 06.06.2012.
12. Фотографії фірмового одягу для працівників, сувенірної продукції з позначенням «ЕКО маркет».
13. Диск із записаними рекламними відео-сюжетами.
14. Копії договорів на проведення рекламних компаній на центральних і регіональних телеканалах за 2007 – 2012 рр.
15. Медіа плани трансляцій та ефірні довідки на радіо каналах «Хіт FM», «Русское радио», «Radio Roks».
16. Приклади зовнішньої реклами (фотографії рекламних бігбордів).
17. Відомості про відвідування сайту «eko.com.ua».
18. Довідка за результатами проведеного моніторингу засобів масової інформації за 2004-2012 рр. про згадування торговельної мережі «Еко маркет» в періодичних виданнях, Інтернет-ресурсах, підготовлена компанією «Контекст медіа».
19. Екземпляри періодичних видань, які містять рекламні матеріали щодо торговельної марки «ЕКО маркет».
20. Перелік свідоцтв на знаки для товари і послуги, власником яких є ТОВ «ЕКО».
21. Перелік патентів України на промислові зразки, власником яких є ТОВ «ЕКО».
22. Копія рішення Адміністративної колегії Антимонопольного комітету України Київського міського територіального відділення від 29.05.2012 №25/05 за справою №20-05/04.12 «Про порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції та накладання штрафу».

11.04.2013 заявник надіслав додаткові матеріали - лист (вх. № 7471) із уточненим та скороченим переліком послуг 35 класу МКТП, щодо яких просить визнати знак «ЕКО маркет, зобр.» добре відомим в Україні, а саме: *«реклама; аудіо, відео- і фотореклама; влаштування і провадження виставок або ярмарків на комерційні або рекламні потреби, в тому числі в мережі Інтернет; влаштування і провадження різноманітних рекламних акцій і рекламних компаній, опитувань, рекламних шоу і презентацій; демонстрування товарів; допомога покупцям у виборі та придбанні різноманітних товарів, в тому числі: продовольчих товарів і напоїв, товарів для дому та офісу, художніх та сувенірних виробів, посуду; послуги з розміщення рекламних матеріалів; послуги постачання для інших (закуповування товарів та надавання*

постачальницьких послуг іншим фірмам); представлення продуктів через засоби комунікації з метою роздрібного продажу; розповсюдження рекламних матеріалів; розповсюдження зразків; розміщування в одному місці, на користь іншим особам, різноманітних товарів, в тому числі: продовольчих товарів і напоїв, товарів для дому та офісу, художніх та сувенірних виробів, посуду, що дозволяє покупцям оглядати, замовляти та купувати ці товари у підприємствах роздрібною торгівлі; розміщування в мережі Інтернет на веб-сторінках і на веб-сайтах інформації щодо асортименту різноманітних товарів та переліку надаваних послуг, що дозволяє покупцям зручно оглядати, замовляти та купувати ці товари і замовляти послуги з веб-сторінок і веб-сайтів в Інтернеті, а також отримувати необхідну інформацію про ці товари чи надавані послуги; сприяння продажеві (посередництво».

Розгляд заяви про визнання знака «ЕКО маркет, зобр.» 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, прийнятих 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, надані заявником як докази підтвердження наявності факторів, що можуть впливати на визнання знака «ЕКО маркет, зобр.» добре відомим в Україні, та заслухала пояснення представника заявника.

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

Відповідно до Свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи (серія А00 № 051427) компанія ТОВ «ЕКО» (заявник) зареєстрована 30.08.2002 Голосіївською районною державною адміністрацією у м. Києві.

Заявник - ТОВ «ЕКО» адмініструє діяльність української мережі супермаркетів «ЕКО маркет», яка була заснована у 2003 році у м. Києві, що станом на 01.10.2012 нараховує 90 супермаркетів у 30 містах України із загальною кількістю працюючих 8 041 особа (Довідка ТОВ «ЕКО» від 01.11.2012).

Як зазначає заявник, мережа супермаркетів «ЕКО маркет» керується ТОВ «ЕКО», основною діяльністю якого є розвиток і управління власною торгівельною нерухомістю, торгівельна діяльність. За роки своєї роботи заявник набув репутацію надійного і стабільного партнера, завдяки політиці вибудовування довгострокових та взаємовигідних відносин із своїми партнерами в найрізноманітніших сферах своєї діяльності. ТОВ «ЕКО» постійно реалізує проекти з будівництва нових торгівельних точок або перепрофілюванню під формат роздрібної торгівлі існуючих об'єктів нерухомості.

Політика компанії спрямована не тільки на зовнішнього клієнта, а й на посилення свого кадрового потенціалу. Так, у серпні 2006 року в ТОВ «ЕКО» відкрито «Корпоративний торговий центр», на базі якого регулярно проводяться семінари, тренінги та спеціалізовані навчальні програми для своїх працівників.

Вся діяльність ТОВ «ЕКО» супроводжується використанням знака «ЕКО маркет, зобр.» в кольоровому або червоно-білому виконанні.

Для визначення того, чи є знак «ЕКО маркет, зобр.» добре відомим в Україні, колегією Апеляційної палати були розглянуті та взяті до уваги, 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, фахівців та осіб, діяльність яких пов'язана з тим видом товарів і/або послуг, для яких використовується заявлений знак.

Заявником надані наступні дані Державного комітету статистики щодо кількості населення України в період з 2002 до 2008 рр. (<http://www.ukrcensus.gov.ua>).

Рік	Всього населення, осіб	У тому числі віком від 21 року (21+)	Кількість населення 21+ у відсотках до всього населення України
2002	48 240 902	35 672 419	74 %
2003	47 823 108	35 616 823	74 %
2004	47 442 079	35 577 911	75 %
2005	47 100 462	35 623 687	76 %
2006	46 749 170	35 643 447	76 %
2007	46 465 691	35 675 394	77 %
2008	46 192 309	35 728 243	77 %

На підставі наведених даних можна дійти висновку, що в Україні доречне коло потенційних споживачів послуг знака «ЕКО маркет, зобр.» станом на 01.01.2008 складало 35 728 243 особи.

Ступінь відомості та визнання знака «ЕКО маркет, зобр.» у вказаному секторі суспільства підтверджується даними, що містяться в Опитуванні стосовно доброї відомості знака «ЕКО-маркет» в Україні, підготовленого та проведеного компанією ІП «ГФК ЮКРЕЙН» («GfK Ukraine»), яка є однією з найбільших компаній з маркетингових та соціологічних досліджень в Україні, що входить до міжнародної дослідницької мережі «GfK Group» – однієї з найбільших дослідницьких груп у світі.

Метою дослідження було дослідити знання та сприйняття позначення «ЕКО маркет, зобр.» серед споживачів та фахівців, які працюють у сфері торгівлі та девелопменту.

Дослідження складалось з двох частин:

якісне дослідження – опитування експертів;

кількісне дослідження – репрезентативне опитування населення у 6-ти містах України.

Опитування проходило у період з 23 квітня по 4 червня 2012 року.

У рамках якісного дослідження були проведені інтерв'ю із фахівцями, що працюють у сфері роздрібної торгівлі та девелопменту, за результатами якого було зроблено висновок про те, що в цілому всі експерти (фахівці) добре обізнані з мережею супермаркетів «ЕКО маркет» та її торговельною маркою. Експерти знають, що цей знак належить компанії, що володіє мережею супермаркетів «ЕКО маркет», частина з них правильно назвала юридичну назву компанії. Переважна кількість експертів переконані, що знак «ЕКО маркет, зобр.» використовується для позначення супермаркетів продовольчих та непродовольчих товарів. Найбільш поширеними способами, якими експерти дізнались про «ЕКО маркет», є: «побачив, відвідав магазин», «проживаю поряд з магазином» та «у зв'язку з професійною діяльністю».

За результатами кількісного дослідження загалом було опитано 1583 особи, у тому числі у містах: Києві (529 особи), Севастополі (513 осіб), Вінниці (128 особи), Сумах (138 осіб), Рівному (138 особи), Херсоні (137 осіб). Цільову

групу кількісного дослідження склали жінки і чоловіки старше 18 років, що відповідають за основні покупки продуктів харчування та непродовольчих товарів першої категорії.

У ході опитування були виміряні аспекти відомості знака «ЕКО маркет, зобр.» в Україні, що засвідчили:

- рівень спонтанного знання - 90,23 % респондентів.
- рівень знання з підказкою - 93,69 % респондентів.

Серед шести знаків найпоширеніших мереж роздрібної торгівлі продовольчих і непродовольчих товарів знак «ЕКО маркет, зобр.» за рівнем знання на другому місці після супермаркету «Сільпо».

На запитання «Як довго Вам знайоме це позначення «ЕКО маркет?» 27,89% респондентів, які знайомі із позначенням «ЕКО маркет», вказали, що вперше дізнались про нього до 2008 року, 12,59% - знайомі з ним з 2008 року, 18,72% - з 2009 року, 17,88% - з 2010 року, 7,49% - з 2011 року.

Щодо якісного знання про знак «ЕКО маркет, зобр.» серед населення, то: 86,92% опитаних пов'язують знак «ЕКО маркет, зобр.» із супермаркетом продовольчих та непродовольчих товарів;

71,86% правильно назвали значення частки «ЕКО» в назві «ЕКО маркет»; рівень спонтанного знання слогану «ЕКО маркет – економний супермаркет» складає 61,76%;

більша половина опитаних (52,4%) вказали на позначення «ЕКО маркет», як на назву компанії, якій належить знак «ЕКО маркет, зобр.», 15,45 % респондентів знають, що власником знаку є ТОВ «ЕКО».



З огляду на зазначене вище, колегія Апеляційної палати вважає, що заявником доведено факт того, що знак «ЕКО маркет, зобр.» є добре відомим доречному колу споживачів на території України. Також заявник довів, що послуги, які надаються ТОВ «ЕКО», отримали визнання у відповідному секторі суспільства.

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

На підтвердження тривалого використання на території України знака «ЕКО маркет, зобр.» заявник надав наступні відомості.

Знак «ЕКО маркет, зобр.» використовується в Україні з кінця 2003 року і до цього часу. Саме у 2003 році відкрито перший супермаркет «ЕКО маркет» у м. Чернігові. У цьому ж році відкрито супермаркети у містах: Суми, Запоріжжя, Кременчук, Одеса, Черкаси.

Заявник зазначає, що до 2007 року використовувались позначення, які відрізнялись від заявленого позначення лише елементами, що не впливали на розрізняльну здатність позначення.

З 2003 року використовувався знак  за свідоцтвом України № 47194, зареєстрований для послуг 35, 39, 43 класів МКТП) з одночасним використанням знака «» за свідоцтвом України № 50671 та



«EKO MARKET» за свідоцтвом України № 109927, які також були зареєстровані для таких самих та/або споріднених послуг.

Відповідно до статті «Впервые в Украине! Рейтинги супермаркетов: цены, ассортимент, удобство», що була опублікована на сайті <http://dengi.ua/clauses/> в жовтні 2007 р., у першому рейтингу українських торговельних марок торговельна мережа «EKO market» визнана кращою національною мережею за критеріями вартісної політики, асортименту і якості обслуговування.

На 2008 рік кількість супермаркетів «EKO market» зросла до 48, а географія присутності – до 14 регіонів в Україні. В 2008 році мережа зафіксувала товарообіг на рівні 1,7 млрд. грн. Чистий дохід від реалізації у 2008 році склав 1,312 млрд. грн. (зростання на 76,2% порівняно з попереднім роком).

У додатках до заяви, заявник надав фотографії фасадів магазинів «EKO market» в деяких містах України та фотографії торговельних залів деяких супермаркетів. На фасадах магазинів у якості домінуючого елемента використовується позначення «EKO market, зобр.».

Заявник зазначає, що офіційний слоган компанії відображає основну її концепцію: «EKO market – економний супермаркет».

На території мережі супермаркетів «EKO» ведуть діяльність різні підприємства сфери послуг і торгівлі: аптечні кіоски, представництва банків, хімчистки, салони стільникового зв'язку, відділи відео прокату і т.д. Також представлені найбільші оператори не продуктового ритейлу України: мережа супермаркетів електроніки «Домотехніка», «ЕЛЬДОРАДО», «ФОКСТРОТ», мережі супермаркетів товарів для дому та догляду «ВАТСОНС», «ПРОСТО», магазини «ЦЕНТР-ОБУВЬ», дитячі супермаркети «Мішутка», інші магазини взуття, одягу, комп'ютерні салони, салони мобільного зв'язку та ін.

Компанія взаємодіє з постачальниками харчової продукції як централізовано, так і локально, по принципу 50/50. Сьогодні мережа співпрацює з постачальниками зі всієї території України і далекого зарубіжжя. Крім того, заявником випускається спеціалізована газета «EKO-номка» (раніше - «EKO Market»), що інформує споживачів про товари, акції і ціни в магазинах мережі. Вона розповсюджується по поштових скриньках мешканців прилеглих до магазинів мікрорайонів. Активно використовуються засоби зовнішньої реклами (біг-борди, сіті-лайти, тощо), реклама на телебаченні і радіо, в друкованих засобах масової інформації. Щотижня в мережі проводяться тематичні свята та дегустації продовольчих товарів, семплінг, розпродажу і консультації, спрямовані на ознайомлення покупців з новими товарами. Великим успіхом користуються сезонні ярмарки та розпродажі, свята відкриття та дні народження супермаркетів. У період проведення рекламних акцій з постачальниками обсяг продажів марок виробників, що беруть участь в акції, збільшується у кілька разів.

У торговельній мережі «EKO market» представлені продукти харчування, побутова хімія, побутові товари широкого вжитку, також працює виробництво

кулінарних та хлібобулочних виробів, а в деяких магазинах працюють кондитерські цехи. На замовлення ТОВ «ЕКО» виробляється продукція із м'яса та риби, борошно, крупи, макаронні вироби, мюслі, соуси, майонези, заморожені напівфабрикати, чай та інші харчові та побутові товари.

Відповідно до наданих ТОВ «ЕКО» даних приблизна кількість постачальників (осіб, які здійснюють на договірних умовах поставку до мережі товарів), по роках, складала:

Календарний рік	Приблизна кількість постачальників (зазначена кількість є мінімальною), шт.
2004	950
2005	1353
2006	1614
2007	2041
2008	1896
2009	1416
2010	1455
2011	1381
01.10.2012	1298

Зазначені дані свідчать, що кількість осіб, які здійснюють на договірних умовах поставку до мережі своїх товарів зросла від 950 осіб у 2004 році до 1896 у 2008 році. Наведені дані свідчать про активну роботу із партнерами (постачальниками і виробниками товарів).

Основною метою компанії є задоволений покупець. У торговельній мережі «ЕКО маркет» для покупців проводяться різноманітні акції, знижки, подарунки і товари по спеціальним цінам. Деталі знижок і акцій мережі можна дізнатись в газетах «Екомаркет» (виходила з 2005 року) та «ЕКО-номка», яка виходить один раз на тиждень в усіх регіонах, де розміщені супермакети «ЕКО маркет». «ЕКО-номка» розповсюджується як в магазинах, так і адресно - в поштові скриньки мешканців міст. Газета «ЕКО-номка» виходить з 2007 року. На підтвердження зазначеного, заявник в додатках до заяви надав копії договорів на розповсюдження цих друкованих видань та приклади екземплярів відповідного друкованого видання. Акційні пропозиції для магазинів мережі «ЕКО маркет» гіпер-формату оновлюються кожні два тижні. В торговельних залах розповсюджують також різноманітні рекламні листівки, в яких повідомляються ціни на акційні товари.

Постійні покупці користуються накопичувальними дисконтними картками, які діють у всій мережі «ЕКО маркет». Також, споживачі мають можливість користуватись постійно діючою «гарячою лінією» для скарг і пропозицій.

Відповідно до даних ТОВ «ЕКО» приблизна кількість відвідувань магазинів «ЕКО маркет», по роках, складала:

Календарний рік	Приблизна кількість відвідувань магазинів, маркованих знаком «ЕКО маркет»
2005	20 000 000
2006	27 000 000
2007	37 000 000
2008	49 000 000
2009	57 000 000
2010	61 000 000
2011	67 000 000

Щодня у мережі «ЕКО маркет» налічується близько 140 тис. відвідувань покупців.

На моніторах, які містяться в торговельних залах мережі «ЕКО маркет», постійно рекламуються товари як власного виробництва, так і виробництва інших виробників, наприклад, ТОВ «Вест ТК», Цукерки «Любимов»; Вода «БОН БУАСОН»; ТОВ «Чайком», Чай «Хейліс», ГЛОБИНСКИЙ МК, КРЕМЕНЧУГМ'ЯСО, ЭТАЛОН ТД, ЕВРОДНЕПР, БАШТАНСКИЙ СЫРЗАВОД, ТВИН, ТРИ ВЕДМЕДЯ, ДАНОН, БМК (БЕЛОЦЕРКОВСКИЙ МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ), ЛАКТАЛИС УКРАИНА, ЛУБЕНСКИЙ МОЛОКОЗАВОД, ВК и К, Український продукт, Ясенвіт, МПК СКВОРЦОВ, Роганський МК, Фаворит м'ясна фабрика, Ятрань та інші.

Постійно проводиться вивчення споживчого кошику, аналіз недоліків в обслуговуванні. На підставі проведених аналізів розробляється маркетингова політика компанії.

Торговельна мережа «ЕКО маркет» має розвинену власну логістичну систему. Наявність власного автотранспорту дає можливість доставляти товари, зокрема, свіжі овочі, фрукти, м'ясо, рибу, птицю, яйця, молочну продукцію та інші продукти прямо від виробника на прилавки магазинів торговельної мережі «ЕКО маркет». При доставці використовується брендований автотранспорт, який також відіграє роль реклами.

Таким чином, колегія Апеляційної палати встановила, що надані заявником документи свідчать про те, що використання знака «ЕКО маркет, зобр.» є тривалим, значним за обсягом та географічним поширенням.

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.

Для просування знака «ЕКО маркет, зобр.» мережею обрана концепція консолідованого рекламування.

З огляду на те, що послуги торговельної мережі оцінюються споживачами саме в торговельних залах (наявність широкого спектру продовольчого і непродовольчого товару, якість цього товару, якість обслуговування, можливість використати зручні візки, наявність сховищ для ручної поклажі, можливість зручно обрати товар, можливість отримати

професійну консультацію, зручне упакування, цінова політика, наявність акційних знижок на товари першої необхідності, можливість покуштувати запропоновані виробниками вироби і т.ін.) для рекламування обрані шляхи, розраховані на формування позитивного іміджу торговельної мережі «ЕКО маркет», персоніфікована реклама, яка звернена безпосередньо на конкретного споживача. Значна увага приділяється проведенню дегустаційних акцій, ярмарків, розповсюдженню рекламних листівок, розповсюдженню адресної реклами у власних періодичних виданнях «ЕКО маркет» і «ЕКО-номка», інформація на Інтернет ресурсах. Дисконтні картки для постійних покупців також відіграють рекламну функцію знака «ЕКО маркет, зобр.».

Програма маркетингу знака «ЕКО маркет, зобр.» також передбачає використання POS-матеріалів (англ. *point of sale* - місце продажу) та сувенірних матеріалів. Рекламні матеріали, інформація про акції, спеціальні пакети із знаком «ЕКО маркет, зобр.» розміщуються у зручних для покупців місцях і роздаються на касах. На підтвердження зазначеного заявник надав окремі рекламні матеріали за 2005-2012 рр.

З самого початку роботи торговельної мережі «ЕКО маркет» проводяться промо-акції. Акції проводяться як самостійно, так і з партнерами, наприклад, «Знижка 10%», «Збери посмішки», «День народження», «Святкове відкриття торговельного центру», «ЕКО маркет школам», «Веселка смаку на вашій кухні. Посуд Teste», «Випробуй удачу!», «Заправляйся дешево» (разом із авто заправками «КЛО»), «Свіжі готові страви в дорогу», «Отримай знижку 5%», «Фестиваль пива «ОКТОBERFEST» тощо.

В усій мережі використовується однаковий фірмовий стиль в оформленні торговельних залів мережі, презентації продукції, одязі продавців-консультантів, касирів тощо (куртки, жилети, сорочки, футболки, кашкети, тощо), прапори із нанесеним знаком «ЕКО маркет, зобр.», кружки, ручки, брелоки, повітряні кульки та інші сувенірні товари розповсюджуються на презентаційних заходах, фестивалях, ярмарках, ділових зустрічах. На підтвердження зазначеного, заявник у додатках до заяви надав приклади сувенірної продукції із знаком «ЕКО маркет, зобр.».

Заявник зазначає, що з 2007 року знак «ЕКО маркет, зобр.» почав активно рекламуватися на центральних та регіональних телеканалах і радіоканалах. На підтвердження зазначено заявником надано диск із записаними рекламними відео-сюжетами та копії договорів на проведення рекламних компаній з ТОВ «ЮСП ЇМ», ТОВ «МАЙНДШЕР», ТОВ «ЮНІВЕРСАЛ МЕДІА УОРЛДВАЙД» за 2007-2012 рр. Відповідно до вказаних договорів телереклама була розміщена на таких каналах як «Інтер», «1+1», «СТБ», «Новий канал», «ICTV», «НТН», «K2», «ОРТ», «Enter Film» та ін. Реклама розміщувалась таким чином, щоб загальна кількість GRF (загальна кількість пунктів рейтингу), набрана рекламою при розміщенні на телевізійних каналах склала від 125 - 875 GRF для глядацької аудиторії у віці від 25 до 54 років. На телеканалах розміщувались відео-ролики хронометражем 15 сек.

Для просування знака «ЕКО маркет, зобр.» використовувалась і використовується радіо-реклама на найбільш популярних радіоканалах. Обрані

для реклами радіостанції займають вищі ступені рейтингу радіостанцій та мають велике охоплення аудиторії по всій Україні, а саме: «Kiss FM», «Hit FM», «Авто-радіо», «Русское радио». Кожне рекламне повідомлення супроводжується музичною заставкою із слоганом, який вже відомий слухачам.

Функцію мобільної реклами знака «ЕКО маркет, зобр.» виконують брендovanі автомобілі, якими забезпечена система автоперевезень торгівельної мережі «ЕКО маркет».

В усіх регіонах України, зокрема, у містах Києві, Краматорську, Одесі, Луганську, Переяслав-Хмельницькому, Артемівську, Рівному, Житомирі, Конотопі, Полтаві, Херсоні, Фастові, Ірпіні, тощо активно використовується і зовнішня реклама із знаком «ЕКО маркет, зобр.». Так, рекламні щити розміщувались у найбільш популярних для мешканців міст місцях: на площах, біля вокзалів, ринків, у житлових масивах, на автошляхах державного та місцевого значення, що ведуть у міста і з міст, тощо.

Заявник зареєстрував та підтримує в мережі Інтернет свій офіційний веб-сайт <http://eco.com.ua>, на якому міститься інформація про торговельну мережу супермаркетів, марковану торговельною маркою «ЕКО маркет, зобр.», адреси супермаркетів в різних містах України, ціни на товари, знижки, акції, вакансії, умови співробітництва тощо.

Крім цього, інформацію стосовно знака «ЕКО маркет, зобр.», торговельної мережі та її послуг можна вільно отримати шляхом пошуку за ключовими словами «еко маркет» на пошукових сайтах www.google.com.ua та www.yandex.ua мережі Інтернет (результати: приблизно 176 000).


Заявником представлені також документи, в яких міститься інформація стосовно згадування торговельної мережі «ЕКО маркет» в Інтернеті, періодичних виданнях за 2004-2012 рр. Так, відповідно до довідки, підготовленої компанією «Контекст медіа», матеріали публікувались як в центральних, так і регіональних друкованих виданнях, зокрема, у виданнях «Деловая столица», «Газета по-киевски», «Экономические известия», «Компаньон», «Комерсант України», «Комсомольская правда в Україні», «Деснянська правда» (Чернігів), «Місто» (Черкаси), «Панорама» (Суми), «ОГО» (Ровно), «Енакиевский рабочий» (Донецьк), «Коло» (Полтава) та інші.


У додатках в якості прикладів заявник надав примірники періодичних видань, які містять рекламні матеріали щодо знака «ЕКО маркет, зобр.».

Колегія Апеляційної палати прийшла до висновку, що надані заявником відомості свідчать про здійснення значних заходів з рекламування та іншого просування знака «ЕКО маркет, зобр.» протягом тривалого часу.

4. Тривалість, обсяг та географічний район будь-яких реєстрацій та/або заявок на реєстрацію знака за умови, що знак використовується чи є визнаним.

Заявник є власником низки знаків, які містять в собі словесний елемент «ЕКО маркет», а саме:

знак «» за свідоцтвом України № 47194 (35, 39, 43 класи МКТП);

знак «» за свідоцтвом України № 50671 (35, 36, 39, 43 класи МКТП);

знак «» за свідоцтвом України № 109927 (35, 36, 37, 42 класи МКТП).

Разом з тим, заявник є власником свідоцтв України на знаки, які використовуються для великого спектру товарів власного виробництва: №№ 12481 на знак «Імпровізуй, зобр.» (32 клас МКТП), 124802 на знак «Jazz Cola, зобр.» (32 клас МКТП), 124803 на знак «Mulini, зобр.» (30 клас МКТП), 124828 на знак «САМСМАК, зобр.» (30 клас МКТП), 124804 на знак «6 соток, зобр.» (29, 31 класи МКТП), 130222 на знак «Jazz, зобр.» (32 клас МКТП), 124966 на знак «ПАНСЬКА НИВА» (30 клас МКТП), 128898 на знак «Milken, зобр.» (29, 30 класи МКТП), 128239 на знак «Present МЮСЛІ Тропічні, зобр.» (30 клас МКТП), 128240 на знак «Present МЮСЛІ Екзотичні, зобр.» (30 клас МКТП), 128241 на знак «Present МЮСЛІ Європейські, зобр.» (30 клас МКТП), 128265 на знак «Соколівська, зобр.» (32 клас МКТП), 128988 на знак «РИОС» (29 клас МКТП), 129203 на знак «ХОЛОДНА ЛіНія» (29, 30 класи МКТП), 13481 на знак «ПОМАГАЙКА» (3, 16, 21 класи МКТП), 134180 на знак «М/Ж» (3, 16, 21 класи МКТП), 133528 на знак «ЗА ЛАНКИ ДО БАНКИ» (29 клас МКТП), 134659 на знак «СИМПАТИК» (30 клас МКТП), 134680 на знак «ПОВНИЦЬКІ КОВБАСИ» (29 клас МКТП), 134243 на знак «ПОВНИЦЬКА» (29 клас МКТП), 135231 на знак «SOFTY» (3, 5, 16 класи МКТП), 138459 на знак «ГАУРИ» (30 клас МКТП), 138458 на знак «ДОБРАНОК» (30 клас МКТП), 134851 на знак «КОТИКОFF» (3, 5, 3 клас МКТП), 139658 на знак «ПОВНИЦЬКА МАРКА» (29 клас МКТП), 142301 на знак «RIOS» (29, 30 класи МКТП), 141753 на знак GAURI (30 клас МКТП), 142356 на знак «ГОРИНІЧ» (4, 34 класи МКТП), 147016 на знак «O'More» (29 клас МКТП), 144877 на знак «БЕРЕЖАНСЬКІ САДИ» (32 клас МКТП), 142895 на знак «PRESENT» (29 клас МКТП), 145754 на знак «ERSEL» (3 клас МКТП), 146393 на знак «ПАНСЬКА НИВА» (29, 30, 31 класи МКТП), 150904 на знак «GUNNER» (32 клас МКТП), 152850 на знак «ТАЄМНИЦЯ МАЄ СВІЙ СМАК...» (30 клас МКТП), 152944 «Juss Juzz, зобр.» (32 клас МКТП), 158965 на знак «ДОБРАНОК» (29 клас МКТП), 159101 на знак «ЕКО марк» (3, 4, 5, 16, 29, 30, 31, 32, 33, 34 класи МКТП).

Крім того, заявником подано наступні заявки на видачу свідоцтв України на знаки для товарів і послуг: № т 201115239 на знак «SOFTY BABY» (3, 16 класи МКТП), № т 201115239 на знак «SOFTY CARE» (3 клас МКТП), № т 201116803 на знак «ЕКО марка, зобр.» (3, 4, 5, 16, 29, 30, 31, 32, 34 класи МКТП), № т 201118347 на знак «Сардэчна запрашаем!, зобр.» (35 клас МКТП), № т 201118845 на знак «Еко маркет – економний супермаркет» (35 клас МКТП).

Для товарів власного виробництва, заявником розробляється дизайн

упакувань, на які на цей час заявником одержано 75 патентів України на промислові зразки.

5. Свідчення успішного відстоювання прав на знак.

Як свідчення успішного відстоювання прав на знак «ЕКО маркет, зобр.» заявником надано рішення Адміністративної колегії Антимонопольного комітету України Київського міського територіального відділення від 29.05.2012 №25/05 за справою №20-05/04.12 «Про порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції та накладання штрафу».

Так, в рішенні зазначено, що:

«...дії Дочірнього підприємства по експлуатації та ремонту житлового фонду та об'єктів соціально-побутового призначення «ЕКОС» Акціонерного товариства холдингової компанії «Київміськбуд», щодо використання у період з жовтня 2011 року по травень 2012 року філією «Магазин «ЕКОС» в зовнішній рекламі магазинів продовольчих товарів позначень, схожих на знак для товарів і послуг «ЕКО» та «ЕКО МАРКЕТ», які належать Товариству з обмеженою відповідальністю «ЕКО» є порушенням, передбаченим статтею 4 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» у вигляді неправомірного використання торговельної марки (знака для товарів і послуг), без дозволу (згоди) суб'єкта господарювання, який раніше почав використовувати їх або схожі на них позначення у господарській діяльності, що може призвести до змішування з діяльністю товариства з обмеженою відповідальністю «ЕКО».

За результатами дослідження матеріалів справи, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що матеріали, надані заявником, є достатніми для підтвердження наявності доречних факторів, визначених Законом, та свідчать про те, що знак «ЕКО маркет, зобр.» відомий широкому колу споживачів в Україні, має високу розрізняльну здатність відносно частини послуг 35 класу МКТП, а саме: *«влаштування і провадження різноманітних рекламних акцій і рекламних компаній з метою роздрібного продажу продовольчих та непродовольчих товарів; допомога покупцям у виборі та придбанні продовольчих і непродовольчих товарів; розміщення та розповсюдження рекламних матеріалів та зразків з метою роздрібного продажу, в тому числі через засоби комунікації та мережу Інтернет; розміщування в одному місці, на користь іншим особам, продовольчих та непродовольчих товарів, що дозволяє покупцям оглядати, замовляти та купувати ці товари у підприємствах роздрібної торгівлі; сприяння продажеві (посередництво)».*

Для усіх інших заявлених послуг 35 класу МКТП добра відомість знака «ЕКО маркет, зобр.» не підтверджена наданими заявником матеріалами.

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 «ЕКО маркет, зобр.» добре відомим в Україні відносно Товариства з обмеженою відповідальністю «ЕКО» щодо послуг 35 класу МКТП: *«влаштування і провадження різноманітних рекламних акцій і рекламних компаній з метою роздрібного продажу продовольчих та непродовольчих товарів; допомога покупцям у виборі та придбанні продовольчих і непродовольчих товарів; розміщення та розповсюдження рекламних матеріалів та зразків з метою роздрібного продажу, в тому числі через засоби комунікації та мережу Інтернет; розміщування в одному місці, на користь іншим особам, продовольчих та непродовольчих товарів, що дозволяє покупцям оглядати, замовляти та купувати ці товари у підприємствах роздрібної торгівлі; сприяння продажеві (посередництво)»* станом на 1 січня 2008 року.

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

Головуючий колегії

І.Е.Василенко

Члени колегії

Ю.А.Горбик

Д.Г.Запорожець

В.В.Сенчук

В.М.Ресенчук