

# ДЕРЖАВНА СЛУЖБА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ УКРАЇНИ

## АПЕЛЯЦІЙНА ПАЛАТА

вул. Василя Липківського, 45, м. Київ-35, 03680, МСП, Україна,  
Тел.: (044) 494 06 06 Факс: (044) 494 06 67

### Р І Ш Е Н Н Я

19 серпня 2015 р.

Колегія Апеляційної палати Державної служби інтелектуальної власності України, затверджена розпорядженням заступника голови Апеляційної палати Василенко І.Е. від 10.04.2015 № 31 у складі головуючого – Василенко І.Е., членів колегії – Салфетник Т.П., Добриніної Г.П., Ткаченко Ю.В., Запорожець Л.Г., розглянула заяву Дзе Кока-Кола Компані (The Coca-Cola Company), США, про визнання знака для товарів і послуг “Fanta” добре відомим в Україні.

Представник заявника – Огнев’юк Я.В.

Зображення знака: **Fanta**

Аргументація заявника.

Заявник – Дзе Кока-Кола Компані (The Coca-Cola Company) просить визнати знак “Fanta” добре відомим в Україні станом на 31.12.2008 відносно товарів 32 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП): “газовані води та інші безалкогольні напої”.

Заява ґрунтується на наступних доводах заявника.

Компанія Дзе Кока-Кола Компані є провідним виробником і розповсюджувачем безалкогольних напоїв, а також концентратів та сиропів, використання яких дозволяє виробляти майже 400 видів напоїв. Штаб-квартира заявника знаходиться в Атланті (США) і має представництва більш ніж в 200 країнах світу, в тому числі і в Україні.

Система компаній «Кока-Кола» в Україні включає компанію Кока-Кола Україна (Coca-Cola Ukraine), яка є представництвом компанії Дзе Кока-Кола Компані, та Іноземне підприємство (ІП) Кока-Кола Беверіджиз Україна, яке, в свою чергу, є дочірньою компанією Coca-Cola Hellenic, одного з найбільших у світі виробників продукції під торговельними марками компанії Дзе Кока-Кола Компані (The Coca-Cola Company).

Офіційне представництво заявника в Україні відкрито у 1992 році. Перший завод в Україні відкрився в 1994 році у Львові, а в 1998 році на Київщині запрацював новозбудований завод компанії ІП Кока-Кола Беверіджиз Україна, який став найпотужнішим підприємством безалкогольних напоїв та лідером по виробництву солодких напоїв в Україні, найпопулярнішими з яких є “Coca-Cola”, “Fanta” та “Sprite”.

ІІ Кока-Кола Беверіджиз Україна – єдина компанія в Україні, яка виготовляє та продає безалкогольні прохолоджувальні напої під торговельними марками (знаками для товарів і послуг) The Coca-Cola Company.

Газований напій “Fanta” з’явився у 1940 році в Німеччині на заводі “Coca-Cola”. Формулу, яка лягла в основу напою, виробники називали “фантастичною”, адже вона з’явилася на світ завдяки людській фантазії. Саме так народилася знаменита назва напою – “Fanta” (скорочено від “Fantastic”).

Солодкі напої “Fanta”, які представлені асортиментом з понад 70 смаків, продавалися і продовжують продаватися більш ніж у 180 країнах світу. Через активне просування цих напоїв в Україні, вони стали дуже популярними серед споживачів і одними з лідерів в своєму сегменті ринку.

Від початку виробництва солодких газованих напоїв до сьогодні змінювався дизайн етикетки, її колір та графічне виконання словесного елемента “Fanta”:



Проте, незмінною залишалася саме оригінальна назва цього напою.

Заявник є власником низки свідоцтв України на словесні та комбіновані знаки для товарів і послуг. Домінуючим та розрізняльним елементом цих знаків, що виконані різними шрифтами у поєднанні з різними графічними елементами є слово “Fanta”. Для того, щоб відповідати вимогам часу та зберегти свого споживача, регулярно проводиться ребрендинг (певна видозміна) вказаних знаків, під час якого замінюються або додаються різні окремі елементи. При цьому, головним розрізняльним та незмінним елементом залишається фонетичне і семантичне значення словесного елемента “Fanta”.

Завдяки довготривалому, активному та масовому використанню знаків заявника в різних формах, на різних носіях та різними способами (по радіо та телебаченню, в рекламі та Інтернеті, в пресі та програмному забезпеченні, при документообміні та спілкуванні тощо) у свідомості споживачів відбувся процес асоціативної та фонетичної їх трансформації у словесне та оптимізоване позначення “Fanta”.

Під час сприйняття та використання у повсякденному житті така форма вираження та ідентифікації усіх знаків, що належать заявнику, набула доброї відомості серед споживачів.

В якості доказів та на підтвердження своїх доводів про добру відомість в Україні знака “Fanta” заявником надані такі документальні відомості:

1. Зображення знака “Fanta”.
2. Звіт Центру соціальних технологій “Соціополіс” від 29.11.2012 № 199 “Визначення рівня відомості торговельної марки “Fanta” в Україні”.

3. Роздруківка з мережі Інтернет з інформацією щодо результатів дослідження ММІ Україна (Marketing & Media Index) у сфері маркетингового ціноутворення ІП Кока-Кола Беверіджиз Україна.

4. Роздруківки з мережі Інтернет з інформацією щодо результатів дослідження стосовно відомості торговельних марок солодких напоїв, в тому числі “Fanta”, проведеного ММІ Україна у 2001 році.

5. Копія довідки ІП “Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед” від 13.09.2013 № 1202/13 стосовно середньої кількості споживачів продукції, маркованої знаком “Fanta”.

6. Копія довідки ІП “Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед” від 13.09.2013 № 1200/13 стосовно кількості дистриб’юторів товарів, маркованих торговельною маркою “Fanta”, та список таких дистриб’юторів.

7. Роздруківки фотографій продукції, маркованої знаком “Fanta, зобр.”.

8. Копія звіту соціальної відповідальності за 2007-2009 роки, підготовленого компанією “Кока-Кола в Україні”.

9. Роздруківки фотографій продукції під торговельною маркою “Fanta, зобр.” з різних країн світу.

10. Копія ліцензійного договору від 01.12.2007, укладеного між заявником та ІП “Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед”, про використання торговельних марок, зокрема, “FANTA» за свідоцтвом № 535, “ФАНТА Апельсиновый напиток, зобр.” за свідоцтвом України № 3768, “FANTA light” за свідоцтвом № 7556, “Fanta, зобр.” за свідоцтвом України № 19017.

11. Копія довідки ІП “Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед” від 13.09.2013 № 1210/13 стосовно обсягів реалізованої продукції під торговельною маркою “Fanta” на території України.

12. Роздруківка сторінки веб-сайту <http://ua.coolreferat.com>, що містить публікацію реферату на тему “Маркетинговые исследования кока-колы”.

13. Копія довідки ІП “Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед” від 13.09.2008 № 1196/13 стосовно кількості співробітників цієї компанії станом на 31.12.2008.

14. Роздруківки сторінок з різних сайтів мережі Інтернет за результатами пошуку слова “Fanta”.

15. Копії довідок ІП “Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед” №№ 1201/13, 12013 від 13.09.2008 та № 429/13 від 18.03.2013 стосовно відвідуваності сайтів заявника.

16. Роздруківки сторінок веб-сайту <http://younapitki.ru> з статтею «Популярный напиток «Фанта» - история и современность», що містить рецепти коктейлів, до складу яких входить напій “Fanta”.

17. Копія довідки ДП “Моніторинг ЗМІ України” від 30.10.2012 № 65 з інформацією щодо рекламування напоїв, маркованих знаком “Fanta”.

18. Копія довідки ДП “Моніторинг ЗМІ України” від 04.11.2013 № 44 з інформацією щодо рекламування газованих напоїв під знаком “Fanta” на телебаченні.

19. Записи рекламних відеороликів “Fanta”, які транслювалися на телеканалах України.

20. Докази розміщення зовнішньої реклами знака “Fanta, зобр.” в містах України.

21. Копія довідки ІІ “Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед” від 13.09.2013 № 1203/13 про кількість витрачених коштів на рекламування торговельної марки “Fanta”.

22. Роздруківка з сайту Асоціації Корпоративних Медіа: <http://acmu.com.ua>.

23. Фотографії із зображенням супутніх товарів, маркованих знаком “Fanta, зобр.”.

02.07.2015 вх. № 9409 заявником надані уточнення до заяви, в яких він просить визнати знак “Fanta” добре відомим в Україні для скороченого переліку товарів 32 класу МКТП, а саме: “безалкогольні газовані напої” станом на 31.12.2008.

До уточнень до заяви додано:

1. Витяг із стандартного договору поставки безалкогольних напоїв під торговельними марками, зокрема “Fanta”, який укладається між ліцензіатами заявника та оптовими покупцями.

2. Роздруківки сайтів з мережі Інтернет <http://royalmarket.com.ua>, <http://uadrinks.info>, <http://pravda.com.ua> з інформацією про асортимент безалкогольної продукції компанії ІІ “Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед”, що пропонується українському споживачу, в тому числі напоїв “Fanta”, “Fanta вкус апельсина”, “Fanta вкус лимона”.

14.07.2015 вх. № 10027 заявником надано клопотання про залучення доказів з додатковими матеріалами:

1. Ліцензійний договір про використання торговельних марок від 05.11.2008, укладеного між Дзе Кока-Кола Компані та ІІ “Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед”, зокрема, “FANTA» за свідоцтвом № 535, “ФАНТА Апельсиновий напиток, зобр.” за свідоцтвом України № 3768, “FANTA light” за свідоцтвом № 7556, “Fanta, зобр.” за свідоцтвом України № 19017.

2. Додаткова угода від 01.10.2012 до ліцензійного договору про використання торговельних марок від 01.12.2007, укладеного між Дзе Кока-Кола Компані та ІІ “Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед”.

3. Угода про продовження строку дії та внесення змін від 20.12.2013 до ліцензійного договору від 01.12.2007, укладеного між Дзе Кока-Кола Компані та ІІ “Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед” про використання торговельних марок, зокрема, “FANTA» за свідоцтвом № 535, “ФАНТА Апельсиновий напиток, зобр.” за свідоцтвом України № 3768, “FANTA light” за свідоцтвом № 7556, “diet FANTA” за свідоцтвом № 7557, “FANTA FIZZERT” за свідоцтвом № 93617, “FANTA WORLD” за свідоцтвом № 107208, “Fanta, зобр.” за свідоцтвом України № 19017, “Fanta, зобр.” за свідоцтвом України № 43171.

Колегія Апеляційної палати всебічно та повно дослідила документи та інші матеріали, які були надані заявником як докази для підтвердження наявності факторів та обставин, на підставі яких можна зробити висновок про те, що знак є добре відомим в Україні, та заслухала пояснення представника заявника.

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

Відповідно до статті 25 Закону України “Про охорону прав на знаки для товарів і послуг” (далі – Закон), охорона прав на добре відомий знак здійснюється згідно із статтею 6 bis Паризької конвенції про охорону промислової власності та цим Законом.

При визначенні того, чи є знак добре відомим в Україні, можуть розглядатися, зокрема такі фактори, якщо вони є доречними:

- ступінь відомості чи визнання знака у відповідному секторі суспільства;
- тривалість, обсяг та географічний район будь-якого використання знака;
- тривалість, обсяг та географічний район будь-якого просування знака, включаючи рекламування чи оприлюднення та представлення на ярмарках чи виставках товарів та/або послуг, щодо яких знак застосовується;
- тривалість та географічний район будь-яких реєстрацій та/або заявок на реєстрацію знака за умови, що знак використовується чи є визнаним;
- свідчення успішного відстоювання прав на знак, зокрема територія, на якій знак визнано добре відомим компетентними органами;
- цінність, що асоціюється зі знаком.

Відповідно до статті 2 Спільних рекомендацій відносно положень про охорону добре відомих знаків, що прийняті Асамблеєю Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ) на тридцять четвертій сесії засідань Асамблей держав-членів ВОІВ 20-29 вересня 1999 року (далі – Рекомендації), 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.

Для визначення того, чи є знак “Fanta” 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.**

Ураховуючи положення параграфу 2 (а) статті 2 Рекомендацій ВОІВ, фактичними та потенційними споживачами товарів під знаком “Fanta”, на думку заявника, є населення України різного віку та різного статусу, експерти та продавці з відділів продажу безалкогольних напоїв, виробники газованих напоїв та дистриб’ютори.

Відомість та визнання знака “Fanta” у суспільстві підтверджується результатами соціологічних досліджень.

Відповідно до Звіту про соціологічне опитування “Визначення рівня відомості торговельної марки “Fanta” в Україні”, проведеного Центром соціальних технологій “Соціополіс” у період з 22.10.2012 по 29.11.2012, знак “Fanta” є відомим 83,4 % дорослих мешканців міст України, серед яких 88,1 % дізнались про нього до 31 грудня 2008 року. 66,2 % респондентів з числа тих кому відома торговельна марка “Fanta” вважають, що власником знака є Дзе Кока-Кола Компані.

Дослідження проводилося найбільш поширеним методом збору соціологічної інформації – інтерв’ю. Кількість респондентів становила 2820 осіб у таких містах України: Київ, Львів, Рівне, Чернівці, Чернігів, Житомир, Черкаси, Харків, Дніпропетровськ, Донецьк, Луганськ, Запоріжжя, Одеса, Миколаїв, Херсон, Севастополь.

Про те, що знак “Fanta” займає лідируючі позиції на українському ринку солодких напоїв більше ніж п’ять років свідчать результати дослідження, проведеного ММІ Україна у 2001 році, відповідно до якого напої “Fanta” входять в трійку лідерів у категорії “Споживання безалкогольних газованих напоїв”. Ця торговельна марка вже у 2001 році була відома 77,8% громадян України, а 60,2% споживачів газованої води спробували цей напій.

Згідно з дослідженнями ММІ Україна станом на 2006 рік лідируючі позиції на ринку вже не перший рік поспіль утримує компанія Кока-Кола Беверіджиз Україна. За підсумками першого півріччя 2007 року компанія збільшила виробництво газованих солодких напоїв на 23%.

Продукція під знаком “Fanta” поширюється через широку дистриб’юторську мережу. Станом на 31.12.2008 ІІІ “Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед” налічувало 35 582 прямих покупців товарів, маркованих знаком “Fanta”.

Значна кількість споживачів напою під знаком “Fanta” вказує на широку популярність та його визнання в Україні. За даними агентства UMG в 2006 році в Україні продукцію під знаком “Fanta” споживало в середньому 3150568 осіб, в 2007 – 2757644, в 2008 – 2696099 осіб, що підтверджується довідкою ІІІ “Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед” від 13.09.2013 № 1202/13.

Солодкі напої під знаком “Fanta” станом на кінець 2008 року продавалися і продовжують продаватися на сьогодні більш ніж у 180 країнах світу, включаючи: Польщу, Румунію, Російську Федерацію, Туреччину, Угорщину, Словаччину, Велику Британію, Австрію, Італію, Францію, Німеччину, Іспанію, Бразилію, Мексику, Південну Корею, Японію та багато інших і представлені асортиментом продукції з понад 70 смаків.

Відповідно до звіту соціальної відповідальності за 2007-2009 роки, підготовленого компанією Кока-Кола Україна, продукція під торговельною маркою “Fanta” була відзначена, зокрема: премією “Бізнес-Олімп” з присвоєнням звання “Золота торгова марка” (2002 рік); Дипломом “Food&Drinks” за кращу презентацію продукції “Food&Drinks 2002”; нагородою “Вибір року” — прохолоджувальний напій “Fanta” (2005 рік).

Також заявник має свої сайти в мережі Інтернет, за допомогою яких споживачі можуть дізнатися про напої під знаком “Fanta”: <http://www.fanta.ua>, <http://cocacola-job.com.ua> та <http://cocacolahellcnic.com.ua>.

За результатами дослідження документів, наданих заявником на підтвердження відомості знака “Fanta”, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що цей знак є відомим значній кількості споживачів. Також заявник довів, що продукція, маркована цим знаком, отримала визнання у відповідному секторі суспільства.

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

Знак “Fanta” для безалкогольних газованих напоїв використовується заявником на території України починаючи з 1992 року на товарах під час їх продажу та пропонуванні до продажу, на супутніх товарах, в рекламі на об’єктах продажу, під час рекламування напоїв під цим знаком, в мережі Інтернет та в назвах доменних імен, під час проведення різноманітних заходів, в діловій документації, на чеках, цінниках на товарах.

Продукція, маркована знаком “Fanta”, виробляється та реалізовується в Україні в значних обсягах. Згідно довідки ІП “Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед” від 13.09.2013 № 1210/13, у 2005 році було реалізовано 7 935 994 пляшок напою під знаком “Fanta”, у 2006 році - 8 375 635 пляшок, у 2007 році - 9 939 127 пляшок, у 2008 році – 13 466 910 пляшок. Таким чином, у період з 2005 по 2008 рік було виготовлено та реалізовано близько 4 млн. пляшок напою.

Реалізація напоїв під знаком “Fanta” на території України здійснювалась завдяки великій кількості прямих оптових покупців. Станом на 31.12.2008 підприємство “Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед” мало 35582 прямих оптових покупців, які закупували напої “Fanta” з метою їх подальшої реалізації на території України, що підтверджується довідкою ІП “Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед” від 13.09.2013 № 1200/13.

Серед прямих дистриб’юторів є такі великі продуктові мережі як: “Fozzy”, “Сільпо”, “Фора”, “Metro”, “Караван”, “Амстор”, “Novus” та багато інших. При цьому, супермаркетів “Сільпо” налічується 240 одиниць, які розміщені в 59 містах України, магазинів “Фора” – 159, а гіпермаркети “Metro” діють в 29 містах.

Напої “Fanta” пропонуються до продажу також через спеціальні автомати, стилізовані стійки та інші допоміжні засоби, які встановлюються у будь-якому магазині.

Станом на 31.12.2008 в усіх регіонах України діяли філії ІП “Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед”, які і сьогодні сприяють поширенню товарів під знаком “Fanta”. Вони функціонують у Києві, Львові, Одесі, Кривому Розі, Вінниці, Донецьку, Луганську, Сімферополі, Харкові, Запоріжжі, Рівному, Херсоні, Дніпропетровську.

Напої заявника, марковані знаком “Fanta”, вважаються ексклюзивними напоями в мережі ресторанів швидкого харчування “McDonald’s”. Перший

ресторан у Києві відкрився у 1997 році. На сьогодні в 23 містах України діє 79 ресторанів “McDonald’s”.

Відповідно до договорів, укладених із заявником, “McDonald’s” не продає ніяких інших солодких газованих напоїв, крім тих, які виробляє заявник, а саме: “Coca-Cola”, “Fanta”, “Sprite”.

Завдяки активному просуванню напоїв під знаком “Fanta, зобр.” та їх широкій популярності серед споживачів багато закладів громадського харчування (нічні клуби, ресторани, кафе, бари тощо) використовують ці напої у своєму меню у поєднанні з іншими напоями. Так, в меню абсолютної більшості таких закладів присутні коктейлі, до складу яких входять і напої “Fanta”. Безліч рецептів коктейлів із газованими напоями “Fanta” можна знайти і в мережі Інтернет.

Постійно вдосконалюючи своє виробництво, заявник суттєво збільшує обсяги та асортимент продукції. З метою задоволення потреб клієнтів, заявник створив максимально ефективну та гнучку систему доставки своєї продукції. Завдяки оптимізації процесів виробництва та дистрибуції кожного дня більш ніж 280 вантажівок розвозять напої “Fanta” 4500 клієнтам. Ці дані підтверджується Звітом соціальної відповідальності, підготовленим компанією Кока-Кола Україна.

Знак широко використовується і в мережі Інтернет, про що свідчать численні публікації з інформацією про компанію заявника та фотографії із зображенням напоїв під знаком “Fanta”.

Заявник також має свої сайти в мережі Інтернет, доменні імена яких включають в себе словесне позначення “Fanta”: <http://www.fanta.ua>, <http://cocacola-job.com.ua> та <http://cocacolahellcnic.com.ua>. Слід відзначити, що у 2010 році сайт colahellenic.com.ua відвідало понад 230000 користувачів, що дає підстави вважати відвідувачів сайту обізнаними з продукцією під знаком “Fanta”.

За результатами дослідження матеріалів справи колегія Апеляційної палати встановила, що надані заявником документи свідчать про тривале та інтенсивне використання знака “Fanta” в Україні.

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

Добра відомість знака “Fanta” досягнута завдяки активній рекламній діяльності заявника.

Так, протягом усього часу використання знака “Fanta” на території України проводяться активні рекламні компанії з його просування. Рекламування продукції під цим знаком здійснювалось різними способами, зокрема: на телебаченні, на радіо, в друкованих засобах масової інформації, в мережі Інтернет, шляхом розміщення в зовнішній рекламі, під час організації різноманітних спортивних заходів та свят тощо.



Відповідно до довідки ДП “Моніторинг ЗМІ України” від 30.10.2012 № 65 у період з 01.01.1999 по 31.12.2008 напої під знаком “Fanta” рекламувались на телебаченні 23811 разів, у пресі – 8 разів, у зовнішній рекламі – 168 разів.

Рекламування безалкогольних газованих напоїв заявника під знаком “Fanta” здійснювалось зокрема такими українськими телеканалами як: “1 + 1”, “ICTV”, “СТБ”, “Новий Канал”, “Інтер”, “М1”, “М2”, “Кіно”, “Enter-фільм”, “Enter-музика”, “Мегаспорт”, “К1” та іншими.

Знак “Fanta, зобр.” також активно просувався шляхом розміщення лайт-боксів, панелей, штендертів, білбордів, реклами на транспорті в усіх регіонах України. Заявником надано докази розміщення зовнішньої реклами в деяких містах України, а саме: Сімферополь, Ялта, Дніпропетровськ, Харків, Київ, Одеса.

Реклама торгівельної марки “Fanta, зобр.” на різних веб-сайтах у мережі Інтернет відбувається шляхом розміщення банерів із зображеннями знака.

Під час продажу продукції під знаком “Fanta, зобр.” покупцям надаються у подарунок супутні товари, що містять цей знак, або можливість їх придбання. Такими супутніми товарами є: годинники, кепки, футболки, куртки, ліхтарики, ручки, ножики, парасольки, валізи, гаманці, футляри для дисків тощо.

Поширенню відомості знака “Fanta” сприяє участь заявника у конкурсах та проведення ним різноманітних акцій під відповідними гаслами, що сприяє ознайомленню споживачів з асортиментом продукції компанії, який постійно розширюється.

Компанія ІП “Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед” з 2004 року видає корпоративний журнал під назвою “Наше Коло”, який виходить щоквартально і поширюється в усі регіональні відділення компанії. У 2008 році журнал посів перше місце серед компаній – виробників безалкогольних напоїв та друге місце серед 90 учасників конкурсу «Краще корпоративне медіа України – 2008», який щорічно організовує Асоціація корпоративних медіа України (<http://www.acmu.com.ua>).

Витрати заявника на рекламу напоїв під знаком “Fanta” у період з 2005 по 2008 рік склали 20282519 грн., з них: в 2005 році – 5578553 грн., в 2006 році – 7074252 грн., в 2007 році – 7585408 грн., що підтверджується довідкою ІП “Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед” від 13.09.2013 № 1203/13.

Працюючи на українському ринку заявник досяг вагомих професійних, виробничих успіхів, про що свідчать численні нагороди та відзнаки, одержані ним за свою діяльність та за продукцію, зокрема марковану знаком “Fanta”.

За результатами дослідження документів, наданих заявником, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що надані відомості свідчать про здійснення значних заходів з рекламування та іншого просування знака “Fanta” протягом тривалого часу, що підтверджує відомість знака для товарів 32 класу – “безалкогольні газовані напої”.

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

На підтвердження факту реєстрацій знака “Fanta” заявник надав інформацію щодо свідоцтв України на знаки для товарів і послуг, власником яких він є:

знак “**FANTA**” за свідоцтвом України № 535 (32 клас МКТП);



знак “**FANTA**” за свідоцтвом України № 3768 (32 клас МКТП);

знак “**FANTA light**” за свідоцтвом України № 7556 (5, 32 класи МКТП);

знак “**diet FANTA**” за свідоцтвом України № 7557 (32 клас МКТП);

знак “**FANTA FIZZERT**” за свідоцтвом України № 93617 (32 клас МКТП);

знак “**FANTA WORLD**” за свідоцтвом України № 107208 (32 клас МКТП);

знак “**FANTA**” за свідоцтвом України № 159578 (25 клас МКТП);



знак “**Fanta**” за свідоцтвом України № 19017 (32 клас МКТП);



знак “**Fanta**” за свідоцтвом України № 43171 (32 клас МКТП).

На підставі наведених вище доказів щодо здійснення реєстрацій знаків “Fanta”, колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що заявник здійснює всі необхідні заходи для набуття правової охорони знака.

#### 5. Цінність, що асоціюється зі знаком.

Надані заявником документи та матеріали свідчать про популярність та високий рівень довіри споживачів до товарів, що реалізуються із використанням знака “Fanta”.

Якість продукції, що виготовляються під знаком “Fanta” динаміка розвитку заявника та його висока репутація, активна маркетингова та рекламна діяльність зробили цей знак одним із найбільш впізнаваних брендів безалкогольних газованих напоїв на території України.

За результатами дослідження, аналізу та оцінки наданих заявником документів та матеріалів колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що доводи заявника є обґрунтованими, а документи та матеріали, які містяться у справі, належними та достатніми доказами для визнання знака “Fanta” в якості добре відомого знака в Україні для товарів 32 класу МКТП: “безалкогольні газовані напої” станом на 31.12.2008.

Керуючись Паризькою конвенцією про охорону промислової власності, Законом України “Про охорону прав на знаки для товарів і послуг”, Регламентом Апеляційної палати Державної служби інтелектуальної власності України, Порядком визнання знака добре відомим в Україні Апеляційною палатою Державної служби інтелектуальної власності України, колегія Апеляційної палати

**в и р і ш и л а:**

визнати знак “Fanta” добре відомим в Україні відносно Дзе Кока-Кола Компані (The Coca-Cola Company) щодо товарів 32 класу МКТП: “безалкогольні газовані напої” станом на 31.12.2008.

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

Головуючий колегії

І.Е.Василенко

Члени колегії

Т.П.Салфетник

Г.П.Добриніна

Ю.В.Ткаченко

Л.Г.Запорожець