

Додаток
до наказу Міністерства розвитку
економіки, торгівлі та сільського
господарства України
від 26.05.2020 № 972-20

**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/ua>, код ЄДРПОУ 37508596

РІШЕННЯ

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/88-19 у складі головуючого Перевезенцева О.Ю. та членів колегії Падучака Б.М., Василенко М.О., Гайдук В.В., Горбик Ю.А., розглянула заяву товариства з обмеженою відповідальністю «ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЯ «СТУДІЯ 1+1» (вул. Кирилівська, б. 23, м. Київ, 04080) про визнання знака «ТСН» добре відомим в Україні.

Представники заявника – Полтавець І.С., Мазуренко О.А.
Зображення знака «ТСН» (додається).

Аргументація заявника

Заявник – товариство з обмеженою відповідальністю «ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЯ «СТУДІЯ 1+1» (заявник, ТОВ «СТУДІЯ 1+1») у заяві від 15 серпня 2019 року (вх. № ВКО/401-19) просить визнати знак «ТСН» добре відомим в Україні для послуг 35, 38, 41 та 42 класів Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків станом на 01 січня 2016 року.

ТСН (Телевізійна служба новин) – це щоденна програма новин телеканалу «1+1». Програма існує на українському телебаченні вже 22 роки та наразі виходить до 8 випусків щодня, залежно від дня тижня, у суботу і неділю – по одному. Програма виходить у прямому ефірі. Тематику сюжетів програми «ТСН» стають події, що викликають резонанс, а основними завданнями, які перед собою ставить програма «ТСН» це

донесення до глядачів телеканалу актуальних новин, всебічне та неупереджене висвітлення останніх подій в Україні та світі. Окрім випусків новин редакція програми «ТСН» також створює телетаблоїд «ТСН. Особливе» та недільну аналітичну програму «ТСН. Тиждень». «ТСН. Тиждень» аналізує найголовніші події, що сталися за минулий тиждень, кожен випуск має так звану топову тему, що є найбільш актуальною на даний момент. Також у програмі присутні інші сюжети на різні резонансні теми, ексклюзивні інтерв'ю відомих політиків, тощо. Програма «ТСН» є однією з найпопулярніших програм новин в Україні. У грудні 2012 року програма «ТСН» встановила абсолютний рекорд, здобувши частку аудиторії у кількості 31,5%. Це означає, що майже кожна третя доросла людина в Україні дивилася випуски програми «ТСН».

Новини з регіонів є одним з пріоритетів програми «ТСН», тому вона має власних кореспондентів у кожній області України (наразі винятком є АР Крим) та поза її межами. Найвідомішими ведучими програми «ТСН» є: Алла Мазур, Наталія Мосейчук, Лідія Таран, Марічка Падалко, Святослав Гринчук, Юлія Бориско, Соломія Вітвіцька.

Фактичні дані, які підтверджують добру відомість знака «ТСН» стосовно послуг, щодо яких він використовується, на вказану в заяві дату, а також відомості, які підтверджують безперервність використання знака, представлені у наданих заявником документах:

1. Копія свідоцтва на знак для товарів і послуг № 88075 від 25.02.2008, копія та оригінал виписки з Державного реєстру свідоцтв України на знаки для товарів і послуг.

2. Оригінал довідки бухгалтерії № 02/06/2019 від 30.06.2019 про те, що станом на 30.06.2019 знак для товарів і послуг «ТСН» перебуває на балансі ТОВ «СТУДІЯ 1+1» та його вартість.

3. Оригінал довідки ТОВ «Індустріальний Телевізійний Комітет» № 1106-02 від 11 червня 2019 року щодо даних дослідження телевізійної аудиторії та щосекундного споглядання.

4. Маркетингове дослідження «Сприйняття бренду та перегляду новинних пнрндач телеканалу «1+1» (ТСН) та новинних передач телеканалів конкурентів», проведене Іноземним підприємством «ГФК ЮКРЕЙН», копія договору №150.298 від 28.07.2015 та акт здачі-приймання робіт згідно договору.

5. Копія договорів № А-20160919/4329 від 19.09.2016 з додатками №№ 1, 2 та № А-20171124/5093 від 24.11.2017 з додатком № 1 та актом прийому-здачі робіт, укладених з ТОВ «Тейлор Нельсон Софрез Україна» про проведення маркетингового дослідження «Сприйняття програм новин».

6. Роздруківки із соціальних мереж Твітер (Twitter), Фейсбук (Facebook), Інстаграм (Instagram), Телеграм (Telegram) та з Ютуб (Youtube).

7. Копії дипломів номінанта національної телевізійної премії «Телетріумф 10» від 14.10.2010, «Телетріумф 2016» від 08.12.2016,

«Телетріумф 11» від 17.11.2011, «Телетріумф 12» від 30.10.2012, «Телетріумф 2014 2015» від 02.12.2015.

8. Копії дипломів «Телетріумф 2016» від 08.12.2016 та «Телетріумф 2014 2015» від 02.12.2015 номінанта національної телевізійної премії у номінації - Інформаційно-аналітична програма.

9. Копія Подяки творчому колективу редакції «ТСН» каналу «1+1» від ГО «Всеукраїнське об'єднання учасників АТО» 2015 р.

10. Копія договору № 170212 від 30.04.2012 про розповсюдження реклами програми та знаку для товарів і послуг «ТСН».

11. Копія договору № РГ17-31 від 23.12.2016 про розповсюдження реклами на телеканалах «ТЕТ», «2+2», «БІГУДІ», «Уніан» про рекламу заходу під знаком «ТСН» - «Музей ТСН 20 років».

12. Копії договорів № ІТ-15 від 23.01.2015 про надання послуг з виготовлення рекламної продукції та № 19102018 від 19.10.2018 про виконання робіт з виготовлення рекламних конструкцій.

13. Копії договорів: № 0714 від 26.03.2016 про виготовлення поліграфічної продукції (книги під назвою «Незалежність Очима ТСН»), № 010801 від 01.08.2014 про виготовлення поліграфічної продукції (книги під назвою «94 дні. Євромайдан очима ТСН»), № 020302 від 02.03.2015 про виготовлення поліграфічної продукції (книги під назвою «Війна очима ТСН»).

14. Копії договорів № 18/11/14 від 18.11.2014 про надання організаційних послуг з проведення презентації книги «94 дні. Євромайдан очима ТСН» та № 1-09-И від 01.09.2016 про надання PR послуг щодо влаштування події під логотипом «ТСН» - «Музей новин ТСН».

15. Електронний носій № 1 (диск формату DVD-R) з відео щодо реклами книжки «Незалежність Очима ТСН».

16. Електронний носій № 2 (диск формату DVD-R) з даними щодо: виготовлення та презентації книг «Війна очима ТСН», «94 дні. Євромайдан очима ТСН», «Незалежність Очима ТСН», матеріали щодо проведення заходу «Музей новин» (афіші та анонси, новини щодо відкриття музею, ексклюзивні інтерв'ю щодо враження від проекту), реклама, новини щодо н'юзмейкерів, інформація з соціальних мереж щодо туру «Ті, що вражають»).

17. Оригінал довідки бухгалтерії № 12/08/2019 від 15.08.2019 про вартість знаку «ТСН».

У доповненнях до заяви (вх. № ВКО/594-19 від 08.11.2019) заявником надано уточнення до заяви, а саме: визнати знак «ТСН» для послуг 38 класу МКТП: «Агентства новин» та послуг 41 класу МКТП: «Надання незавантажних мережевих електронних публікацій; служба новин» станом на 01 січня 2019 року відносно заявника.

18.11.2019 (вх. № ВКО/610-19) заявник надав додаткові матеріали на підтвердження рекламування знака «ТСН» на території України:

1. Акти здачі прийняття виконаних робіт до договору № 170212 від 30.04.2012 про надання рекламних послуг щодо випуску новин ТСН, ТСН

Особливе, ТСН Тиждень, передачі Гроші та Сніданок, укладених з ТОВ «Глобал Медіа Груп» за період 2014 - 2019 рр.

2. Акти до договору № РГ17-31 від 23.12.2016 про розповсюдження реклами, а саме рекламного ролику «ТСН 20 років» на телеканалах «ТЕТ», «2+2», «БІГУДІ», «Уніан», укладеного з ТОВ «Глобал Медіа Груп» за 2017 рік.

3. Видаткові накладні до договорів № 0714 від 26.03.2016, № 010801 від 01.08.2014 та № 020302 від 02.03.2015 про виготовлення поліграфічної продукції (книг «Незалежність очима ТСН», «94 дні. Євромайдан очима ТСН», «Війна очима ТСН», «Війна очима ТСН. 28 історій по той бік камери», «WAR. Journalism from the Front Line (переклад на українську мову - Війна, Журналістика з фронту))), укладених з ТОВ «Видавництво імені Соломії Павличко «Основи» за 2014 - 2017 роки.

4. Акт здачі прийняття робіт за договором № 18/11/14 від 18.11.2014 про надання організаційних послуг з проведення презентації книги «94 дні. Євромайдан очима ТСН», укладеного з ДП «Національний культурно-мистецький та музейний комплекс «Мистецький арсенал».

5. Акти прийому передачі наданих послуг до договору № 1-09-И від 01.09.2016 про надання PR послуг щодо влаштування подій в містах Маріуполі, Житомирі, Сумах, Херсоні, Івано-Франківську, Полтаві та Києві, укладеного з ТОВ «Культурні та соціальні ініціативи» за період 2016-2017 рр.

19.12.2019 (вх. № ВКО/676-19) заявник надав додаткові матеріали на підтвердження доброї відомості в Україні знака «ТСН»:

1. Оригінал довідки ТОВ «ІНДУСТРІАЛЬНИЙ ТЕЛЕВІЗІЙНИЙ КОМІТЕТ» № 2011-01 від 20.11.2019 про дані ТВ панелі та факти виходу програм «ТСН», «ТНС-Тиждень» та «ТСН. Особливе» на телеканалі 1+1 за період з 01.01.2014 по 31.10.2019 та виходу програм «Факти», «Факти тиждень» на телеканалі «ІСТV», «Подобиці», «Подобиці тижня» на телеканалі «Інтер», «Сьогодні», «События», «События недели», «Сьогодні. Итоги с Олегом Панютой» на телеканалі «Україна» та програми «Вікна-новини» на телеканалі «СТБ» за період з 01.01.2014 по 31.10.2019.

2. Копія договору від 01.09.2016 про виробництво (створення) Іноземним підприємством «1+1 ПРОДАКШН» аудіовізуального твору - документального фільму під назвою «Фільм ТСН - 20 років» та передачу (відчуження) майнових прав, додаток № 1 та копія акту від 31.01.2017.

3. Копія довідки ТОВ «ІНДУСТРІАЛЬНИЙ ТЕЛЕВІЗІЙНИЙ КОМІТЕТ» № 2011-05 від 20.11.2019 про дані ТВ панелі та факти виходу фільму «ТСН.20 років» та телеканалі «1+1» за період з 01.01.2014 по 31.10.2019.

4. Копія договору № 01022017 від 01.02.2017, укладеного з ТОВ «МЕДІА ЛОДЖИК» про замовлення виготовлення та розповсюдження рекламно-інформаційної продукції для рекламно-інформаційної акції з популяризації заходу «Музей новин ТСН», Звіт про проведення такого заходу та акт № МЛ-0000020 здачі-прийняття робіт (надання послуг) від 26.03.2017.

5. Оригінал Довідки заявника щодо надання інформації стосовно відсоткового охоплення телеканалу «1+1» по території України з 2014 по жовтень 2019 року;

6. Копія Договору № 000010 від 01.01.2019 про надання дозволу (ліцензії) ТОВу «1+1 Інтернет» на використання знаку для товарів і послуг «ТСН» (невиключна ліцензія), копія акту прийому-передачі.

7. Копія рішення Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 03.07.2019 про публікацію в офіційному бюлетені «Промислова власність» та внесення до Державного реєстру свідоцтв України на знаки для товарів та послуг відомостей про видачу ліцензії на використання знака «ТСН».

8. Роздруківка з офіційної сторінки програми «ТСН» у соціальній мережі Твітер (Twitter) з аналітичними показниками за листопад 2019 року.

9. Роздруківки з офіційного сайту програми «ТСН» (tsn.ua) з відображенням аналітичних показників користування та споглядання сайту за період 01.01.2015 - 31.10.2019.

10. Копії договорів № 011515 від 02.07.2015 та № 011214 від 16.12.2014 щодо поставки поліграфічної продукції (книги «Війна очима ТСН» та «94 дні. Євромайдан очима ТСН»), укладених з ТОВ «Видавництво імені Соломії Павличко «Основи».

11. Копія договору № К175 від 10.05.2017 поставки поліграфічної продукції (книги «Незалежність очима ТСН»), укладеного з ТОВ «ЯКАБУ ТРЕЙД», копія додатку №1 до договору та копія видаткової накладної №420 від 12.05.2017.

12. Копія договору № К1042016 від 01.04.2016 поставки поліграфічної продукції (книги «Незалежність очима ТСН»), укладеного з ФОП Майданюк, копія додатку № 8 від 15.06.2017 до договору та копія видаткової накладної № 491 від 15.06.2017.

13. Копія договору від 10.05.2017 поставки поліграфічної продукції (книги «Незалежність очима ТСН»), укладеного з ТОВ «НФ» та копія видаткової накладної № 313 від 16.04.2018.

14. Копія додатку № 3 до договору № 020302 на виготовлення поліграфічної продукції (книги під назвою «Війна очима ТСН») від 02.03.2015, укладеного з ТОВ «Видавництво імені Соломії Павличко «Основи» та копія видаткової накладної № ОС-0000092 від 06.07.2015.

15. Копія договору № 18/11/14 від 18.11.2014 про надання організаційних послуг з проведення презентації книги «94 дні. Євромайдан очима ТСН», укладеного з ДП «Національний Культурно-мистецький та музейний комплекс «Мистецький арсенал» та копія акту № ОУ-0000189 від 19.11.2014.

16. Оригінал довідки ТОВ «ІНДУСТРІАЛЬНИЙ ТЕЛЕВІЗІЙНИЙ КОМІТЕТ» № 2011-04 від 20.11.2019 про дані ТВ панелі та факти виходу події «Музей новин» на телеканалах «ТЕТ», «2+2», «Уніан», «Бігуді» та «1+1», з детальним відображенням кількості показів та їх повторів із зазначенням дати

та часу телетрансляції, хронометражу, рейтингу, долі, та охоплення за період з 01.01.2014 по 31.10.2019 та додаток №1 до довідки.

17. Копія договору № 19102018 від 19.10.2018 про виконання робіт стосовно проведення заходу під робочою назвою: «Соціально-освітній тур ТСН містами України «Ті, що вражають» який відбувався в період з 31.10.2018 по 04.12.2018 у містах Рівне, Краматорськ, Кропивницький, Харків та Львів, укладеного з ТОВ «ДАТАСТРІП» та копія видаткової накладної № РН-0000100 від 26.10.2018.

У додаткових поясненнях до заяви (вх. № ВКО/27-20 від 17.01.2020) заявник уточнив вимоги заяви і просив визнати знак «ТСН» добре відомим в Україні для послуг 41 класу МКТП: «Надання незавантажних мережевих електронних публікацій; служба новин» станом на 01 січня 2019 року відносно заявника.

Колегія Апеляційної палати всебічно та в повному обсязі дослідила документи, що були надані заявником як докази для підтвердження наявності факторів та обставин, на підставі яких можна дійти висновку про те, що знак для товарів і послуг «ТСН» є добре відомим в Україні та заслухала пояснення представника заявників.

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

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

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

Згідно зі 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 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 ними.

Для визначення того, чи є знак «ТСН» 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, що визначає доречний сектор суспільства, в якому знак є добре відомим, до фактичних та потенційних споживачів послуг під знаком «ТСН» заявником віднесено цільову аудиторію телеглядачів (18-54 років) незалежно від віку і статі.

На підтвердження відомості знака «ТСН» серед доречного кола споживачів заявник надав довідку № 1106-02 від 11.06.2019 щодо дослідження телевізійної аудиторії за 2016-2018 рр., підготовлену за даними Індустріального Телевізійного Комітету, який є фаховим об'єднанням провідних телеканалів та медійних агенцій, що представляє інтереси телевізійної галузі України, одним з видів діяльності якого є дослідження телевізійної аудиторії.

Так, відповідно до даних дослідження телевізійної аудиторії (ТВ панель) щодо кількості глядачів програми під знаком «ТСН», у 2016 році відсоток людей у цільовій групі, які дивилися будь-який випуск програми «ТСН» складає 92,25% (що в абсолютних значеннях складає 34 808 986 осіб), у 2017 році – 91,08% (34 071 416 осіб), у 2018 році – 92,98% (31 959 690 осіб).

На замовлення ТОВ «СТУДІЯ 1+1» в 2015 році іноземним підприємством «ГФК ЮКРЕЙН» було проведено маркетингове дослідження на тему «Сприйняття бренду та перегляду новинних передач телеканалу «1 + 1» (ТСН) та новинних передач телеканалів конкурентів» (договір № 150.298 від 28.07.2015). За результатами проведеного дослідження із загальної кількості 100%, 30% опитаних назвали «ТСН» улюбленим каналом («Подобиці» - 13%, «Факти» - 12%, «Вікна» - 10%, інші - 17%). При цьому ведучі новин «ТСН» подобаються більше, ніж ведучі програм новин інших ТВ каналів - 76% опитаних («Подобиці» - 73%, «События» - 66%, «Факти» - 62% тощо).

Крім того, в 2016 році ТОВ «Тейлор Нельсон Софрез Україна» проводило маркетингове дослідження «Сприйняття програм новин» (договір № А-20160919/4329 від 19.09.2016). За результатами дослідження було опитано 1000 осіб та виявлено що станом на 2016 рік в містах з населенням більше 50 тисяч серед респондентів вікової категорії 18-54 років, програму «ТСН» знають - 78% опитаних, регулярно переглядають програму «ТСН» - 53%, а називають її улюбленою - 33%.

В 2017 році ТОВ «Тейлор Нельсон Софрез Україна» повторно провело маркетингове дослідження «Сприйняття програм новин» (договір № А-20171124/5093 від 24.11.2017), за результатами якого було опитано 1600

осіб та виявлено що станом на 2017 рік в містах з населенням більше 50 тисяч серед респондентів вікової категорії 18-54 років, програму «ТСН» знають - 78% опитаних, регулярно переглядають програму «ТСН» - 53%. а називають її улюбленою - 33%.

Про популярність програми та відомість знака «ТСН» свідчать показники відвідуваності офіційного сайту tsn.ua та її сторінок в соціальних мережах. Так, у 2014 році сайтом користувалися 34 537 358 осіб, у 2015 році – 66 507 462 особи, у 2016 році – 52 500 595 осіб, у 2017 році – 60 933 265 осіб, у 2018 році – 78 462 280 осіб, у 2019 році – 87 319 404 осіб. Показник відвідуваності сайту на місяць складає 46 520 000 разів. А перегляд сторінок в соціальних мережах за допомогою мобільних додатків складає 28 820 000 переглядів за місяць (дані Гугл Аналітикс в 2016 році (Google Analytics)).

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

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

Активне використання знака «ТСН» на всій території України почалося з 2006 року – з часу подання заявником заявок № т 2006 14269, № т 2006 14268 та № т 200614267 на реєстрацію знаків для товарів і послуг «ТСН», «TSN», «Телевізійна служба новин» відповідно.

Новини з регіонів є одним із пріоритетів програми «ТСН», задля чого у кожній області України (за винятком АР Крим) та поза межами України заявник має власних кореспондентів.

На підтвердження обсягу та географічного району використання знака «ТСН» на території України надано довідку ТОВ «СТУДІЯ 1+1» (з відсотковим охопленням телеканалу), відповідно до якої в 2014 році територія покриття телеканалу «1+1» розповсюджується на всю територію України (24 області, АР Крим, міста Київ та Севастополь) та складає 98,4% проникнення (38 747 683 глядачів); у 2015 році - 94,5% (35 849 379 глядачів); у 2016 році (виключаючи АР Крим) - 95% (35 746 751 глядачів); в 2017 році (виключаючи АР Крим) - 95% (35 234 012 глядачів); в 2018 році (виключаючи АР Крим) - 96,9% (33 070 919 глядачів); за 10 місяців 2019 року (виключаючи АР Крим) - 96,0% (32 568 967 глядачів).

За даними ТОВ «Індустріальний телевізійний комітет» (Довідка № 2011-01 від 20.11.2019) за 2014 рік на телеканалі «1+1» вийшло 2400 випусків програм «ТСН», «ТСН-Тиждень» та «ТСН Особливе», загальною довжиною 978 год.16 хв. 57 сек., з кількістю глядачів - 38 647 266 осіб; за 2015 рік - 2516 випусків, загальною довжиною 1010 год. 15 хв. 32 сек., з кількістю глядачів - 35 249 219 осіб; за 2016 рік - 2414 випусків, загальною довжиною - 1030 год. 20 хв. 26 сек., з кількістю глядачів - 34 716 653 особи; за 2017 рік - 2409 випусків, загальною довжиною - 927 год. 55 хв. 11 сек., з кількістю глядачів - 33 836 512 осіб; за 2018 рік - 2388 випусків, загальною довжиною -

909 год. 29 хв. 40 сек., з кількістю глядачів - 31 743 041 особа; за 10 місяців 2019 року - 1880 випусків, загальною довжиною - 813 год. 21 хв. 28 сек., з кількістю глядачів - 30 593 135 осіб.

Про тривалість використання знака «ТСН» на території України свідчать також особисті сторінки в таких соціальних мережах як: Твітер (Twitter), Фейсбук (Facebook), Ютуб (Youtube), Інстаграм (Instagram), Телеграм (Telegram). Так, наприклад датою приєднання особистої сторінки в Твітері є липень 2009, а у Фейсбуці - вересень 2010 року.

Станом на 02.08.2019 кількість читачів особистої сторінки «ТСН» в соціальній мережі Твітер становить 842 тис., кількість осіб, що підписані на особисту сторінку у Фейсбук - 1 млн. 390 тис. 793, кількість осіб підписаних на сторінку в Ютуб - 1 млн. 391 тис. 131, кількість читачів в Інстаграм - 282 тис., в Телеграм - 16 тис. 265.

Починаючи з 2006 року використання знака на території України було в значних обсягах, інтенсивним та безперервним, на що вказує велика кількість споживачів таких послуг.

Колегія Апеляційної палати вважає, що надані заявником відомості та документи, що їх підтверджують, доводять факт тривалого та безперервного використання знака «ТСН» відносно заявленого переліку послуг 41 класу МКТП: «Надання незавантажних мережевих електронних публікацій; служба новин» станом на 01 січня 2019 року.

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

Добра відомість знака «ТСН» досягнута завдяки активному і тривалому його просуванню, яке здійснювалося різними способами, зокрема, у мережі Інтернет, шляхом розміщення реклами на інших телеканалах, виготовлення рекламно-сувенірної продукції, випуску книжок, організації та участі заявника в публічних та соціальних заходах.

На підтвердження виготовлення та розміщення рекламних матеріалів із використанням знака «ТСН» заявником надана велика кількість договорів відповідно до яких:

- розповсюдження реклами знака «ТСН» здійснювалось в мережі Інтернет. Так, згідно документів, наданих заявником, витрати на розміщення реклами в мережі Інтернет (ресурс tsn.ua) за 2014 рік становили 3 311 081,61 млн. грн., за 2015 рік - 3 694 416,65 млн. грн., за 2016 рік – 4 306 785,76 млн. грн., за 2017 рік – 6 529 798,76 млн. грн., за 2018 рік – 8 896 729,20 млн. грн.;

- реклама заходу під знаком «ТСН» - «Музей ТСН 20 років» та «Книги «Незалежність очима ТСН» здійснювалось з 2016 року на таких телеканалах як «ТЕТ», «2+2», «БІГУДІ», «Уніан». Так, на честь 20-річчя існування програми заявником під знаком «ТСН» було влаштовано, масштабний культурно-освітній проект «Музей новин». Його експозиція складалася із 10 залів з

інтерактивними зонами, які розповідали про те, як створюються новини, як вони впливають на життя своїх героїв і суспільства в цілому, розкрив таємниці рейтингів, презентував унікальні експонати часів здобуття незалежності, а також представив 100 головних новин України за останніх 25 років. За час проведення проекту його відвідало близько 100 000 осіб. Проект отримав статуетку «Телетріумф» у номінації «Промокампанія 360». На організацію, проведення та просування заходу «Музей новин ТСН» заявником було витрачено 3 498 000 млн. грн.

Також, з нагоди 20-річчя програми «ТСН» 14 січня 2017 року на телеканалі «1+1» вийшов документальний фільм «ТСН. 20 років», та була випущена книга («Незалежність очима ТСН») про історію незалежної України очима журналістів програми «ТСН». Книжка зображує знак для товарів і послуг «ТСН» і його незмінну ведучу Аллу Мазур та розповідає про головні події в історії незалежної України.

З метою просування знака «ТСН» в період 2015-2018 рр. заявником було замовлено виготовлення рекламної продукції у вигляді регланів, поролонових мікрофонів «ТСН» (50 тис.) та рекламних конструкцій з використанням знака «ТСН» в підтримку соціально-освітнього туру «ТСН містами України «Ті, що вражають».

Згідно договору № 1-09-И від 01.09.2016 про надання PR послуг заявником було влаштовано захід «ROADSHOW до 20-річчя ТСН. Ті. Що вражають», який було організовано та проведено в таких містах: Маріуполь, Житомир, Суми, Херсон, Івано-Франківськ, Полтава, Київ загальною сумою – 621 377,9 тис. грн.

Крім того, на замовлення заявника за період 2014-2016 рр. виготовлено поліграфічної продукції, а саме книг під назвою «Незалежність очима ТСН», «94 дні. Євромайдан очима ТСН», «Війна очима ТСН» у кількості 5000 екз., 8000 екз. та 530 екз. відповідно. Крім того, за 2015 рік поліграфічної продукції «Війна очима ТСН» було реалізовано у кількості 4500 шт. на суму 922 500,00 грн., «94 дні. Євромайдан очима ТСН» у кількості 2800 шт. на суму 462 000,00 грн., за 2017 рік продукції «Незалежність очима ТСН» у кількості 1200 шт. на суму 309 300,00 грн., за 2018 рік «Незалежність очима ТСН» у кількості 2128 шт. на суму 239 400,00 грн.

У 2016 році на замовлення заявника іноземним підприємством «1+1 Продакшн» було створено та вироблено оригінальний твір – документальний фільм «Фільм ТСН – 20 років» призначений для телевізійного показу, вартість якого склала 739 350,00 тис. грн. За даними ТОВ «Індустріальний телевізійний комітет» розмір глядацької аудиторії даного фільму станом на 14.01.2017 становив 9 978 199 осіб, а вже станом на 26.04.2019 – 14 425 278 осіб.

Популярності програми, маркованої знаком «ТСН», сприяють також нагороди, одержані заявником, участь заявника у публічних заходах.

Так, у 2010 році програма «ТСН-Тиждень 1+1» отримала диплом номінанта премії «Телетріумф-2010», а ведуча Алла Мазур отримала диплом

номінанта «ведучий/ведуча інформаційної програми»; у 2012 році програма «ТСН. Тиждень» отримала диплом за номінацією «інформаційно-аналітична програма», а Алла Мазур отримала диплом номінанта «ведучий/ведуча інформаційної програми»; в 2015 році творчим колективом редакції «ТСН» каналу «1+1» отримано подяку від Всеукраїнського об'єднання учасників АТО; в 2016 році програма «ТСН. Тиждень» отримала премію «Телетріумф-2016», де її визнано найкращою інформаційною програмою. Ведуча Алла Мазур, отримала статуетку «Телетріумфу» у номінації «Ведуча інформаційно-аналітичної програми», а репортер програми Сергій Гальченко отримав диплом номінанта телевізійної премії України «Телетріумф 2016».

У 2017 році команда програми «ТСН» здобула сім нагород телевізійної премії України «Телетріумф» та отримала рекордну кількість статуеток серед новинарів. Телеакадеміки визнали новини програми «ТСН» найкращою національною інформаційною програмою, а програма «ТСН. Тиждень» перемогла у номінації «Інформаційно-аналітична програма». Телеведуча Алла Мазур нагороджена премією «Телетріумф» та визнана найкращою ведучою інформаційно-аналітичної програми. Крім того, в номінації «Ведуча інформаційної програми» нагороду отримала ведуча вечірнього випуску «ТСН» Наталія Мосейчук. Найкращим репортажем за версією «Телетріумфу» став надихаючий цикл сюжетів спеціального кореспондента «ТСН» Олександра Загородного «Висота», який довів усій країні, що не існує жодних обмежень, і кожен може підкорити Говерлу. Олександр Загородний також визнаний найкращим репортером за свій сюжет «Бій у промзоні».

У 2018 році Указом Президента №159/2018 кореспондент програми «ТСН» Алла Хоцянівська нагороджена орденом княгині Ольги III ступеня, а оператор програм «ТСН» Андрій Марченко - орденом за заслуги III ступеня. Згідно з документом їх відзначили за вагомих особистий внесок у розвиток української журналістики, багаторічну сумлінну працю та високу професійну майстерність. Кореспондентку «ТСН» Євгенію Цветанську було відзначено медаллю «За сприяння Збройним Силам України». В церемонії «Новомедіа Евордс 2018» (Novomedia Awards 2018) редакція програми «ТСН» та автор сюжету про національний молитовний сніданок Ольга Василевська отримала відповідну нагороду.

В 2018 році випуск програми «ТСН» присвячений Дню Незалежності потрапив до Національного реєстру рекордів України (шість ведучих з шести міст України одночасно провели пряму трансляцію програми «ТСН»).

У травні 2019 року програма «ТСН» оновила власний історичний рекорд – частка сайту tsn.ua перевищила 26% української інтернет аудиторії, а кількість відвідувачів склала 6,6 млн.

Спецвипуск програми «ТСН» 21.05.2019 (в день інавгурації Президента України) став найрейтинговішою програмою. Загальне охоплення спецвипуску становило 4,75 млн. глядачів.

Програма «ТСН» не стоїть осторонь усіх найрезонансних подій, зокрема війни в Україні. Для цього була випущена книга під знаком «ТСН» -

«Війна очима ТСН». Книга складається з 28 історій у вигляді есе, а також розширеної версії відео-розповідей на електронному носії, інформаційних довідок та інтерактивної карти, зібраних на сайті war.tsn.ua. Героями проекту є - журналісти та оператори, які їздили у відрядження до зони АТО.

01.01.2019 між заявником та ТОВ «1+1 ІНТЕРНЕТ» було укладено договір № 000010 про надання невиключної ліцензії на використання знака для товарів і послуг «ТСН» за свідоцтвом № 88075 на території України в адміністративних межах, встановлених внутрішнім законодавством України (загальною вартістю – 5 000 000 грн.).

Зазначена інформація та надані докази свідчать про активну масштабну рекламну кампанію знака «ТСН», яка проводиться і по теперішній час.

За результатами дослідження документів, наданих заявниками, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що надані відомості свідчать про здійснення протягом тривалого часу значних заходів з рекламування та іншого просування знака «ТСН», завдяки чому знак став добре відомим широкому колу споживачів.

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

Надані заявником документи підтверджують факти реєстрації ним на території України наступних знаків для товарів і послуг:

ТСН за свідоцтвом України № 88075 від 25.02.2008 (заявка № m 2006 14269 від 19.09.2006) відносно послуг 35, 38, 41, 42 класів МКТП;

TSN за свідоцтвом України № 88074 від 25.02.2008 (заявка № m 2006 14268 від 19.09.2006) відносно послуг 35, 38, 41, 42 класів МКТП;

Телевізійна

Служба

Новин за свідоцтвом України № 89310 від 25.03.2008 (заявка № m 2006 14267 від 19.09.2006) відносно послуг 35, 38, 41, 42 класів МКТП.

На підставі наведених вище доказів колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що заявник здійснює всі необхідні заходи для правової охорони знака «ТСН» в Україні.

За результатами дослідження, аналізу та оцінки наданих заявником документів та матеріалів колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що знак «ТСН» відомий широкому колу споживачів, має високу розрізняльну здатність, а добра репутація знака постійно підтримується заявником.

Колегія Апеляційної палати вважає, що заявником повністю доведені фактори, що можуть впливати на визнання знака добре відомим. Зазначені фактори підтверджені відповідними доказами і є достатніми для визнання знака «ТСН» добре відомим в Україні для послуг 41 класу МКТП: «Надавання незавантажних мережевих електронних публікацій; служба новин» станом на 01 січня 2019 року.

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, затвердженим наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 19.02.2019 № 263, 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 «ТСН» добре відомим в Україні відносно товариства з обмеженою відповідальністю «ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЯ «СТУДІЯ 1+1» для послуг 41 класу МКТП: «Надання незавантажних мережевих електронних публікацій; служба новин» станом на 01 січня 2019 року.

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

Б. М. Падучак

М. О. Василенко

В. В. Гайдук

Ю. А. Горбик

Додаток до рішення
Апеляційної палати від 25.02.2020

Зображення знака

