

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ УКРНОІВІ

11.12.2025 № 299/2025



МІНЕКОНОМІКИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ОРГАН ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ  
ДЕРЖАВНА ОРГАНІЗАЦІЯ  
«УКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ОФІС  
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ТА ІННОВАЦІЙ»  
(УКРНОІВІ)  
АПЕЛЯЦІЙНА ПАЛАТА

вул. Дмитра Годзенка, 1, м. Київ, 01601, тел.: +380 44 209-27-06, +380 67 501-05-95  
e-mail: office@nipo.gov.ua, <https://www.nipo.gov.ua>, код згідно з ЄДРПОУ: 44673629

**Р І Ш Е Н Н Я**

27 жовтня 2025 року

Колегія Апеляційної палати УКРНОІВІ, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Білоцьким В. В. від 15.07.2025 № Р-АП/110-25, у складі головуючого Костенко І. А. та членів колегії Фінагіної В. Б., Горбик Ю. А., за участю секретаря засідання Костенко І. А., розглянула заперечення Болотова Олексія Олександровича проти рішення від 26.07.2024 про реєстрацію торговельної марки «ALVANURI» за заявкою № т 2021 16446, заявники – Іукурідзе Елдар Жораєвич, Товариство з обмеженою відповідальністю «ПРОМИСЛОВО-ТОРГОВЕЛЬНА КОМПАНІЯ ШАБО».

Представник апелянта – Боруха Д. В.

Представники заявника – Курзін О. А.

Представник УКРНОІВІ – Стебновська Ю. В.

Заперечення апелянта – Болотова Олексія Олександрович (далі – апелянт), подано на підставі абзацу другого пункту 1 статті 15 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (далі – Закон), згідно з яким особа, яка подала заперечення відповідно до пункту 8 статті 10 цього Закону, може оскаржити рішення УКРНОІВІ до Апеляційної палати протягом двох місяців від дати одержання копії рішення, надісланого такій особі відповідно до абзацу четвертого пункту 15 статті 10 цього Закону.

Апелянт не погоджується з рішенням від 26.07.2024 про реєстрацію торговельної марки «ALVANURI» за заявкою № т 2021 16446 і вважає, що заявлене позначення відносно усіх заявлених товарів 33 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП) не відповідає умовам надання правової охорони, визначеним пунктами 2 і 3 статті 6 Закону, а саме: є оманливим, оскільки вводить споживачів в оману щодо особи, яка виробляє товар, та породжує хибну асоціацію з ім'ям апелянта, є подібним із добре відомою торговельною маркою, власником якої є апелянт; є схожим із торговельною маркою апелянта, натякає на грузинське походження та створює асоціацію з регіоном, якістю, що посилює асоціативне змішування із торговельною маркою апелянта.

Апелянт є власником майнових прав інтелектуальної власності на ряд торговельних марок (словесних та комбінованих), що містять словесний елемент «Aznauri»/«Азнаурі»/«Азнаури» та охороняються відносно товарів 33 класу МКТП в Україні та в таких країнах, як: Німеччина, країни Балтії, Ізраїль, Польща, Румунія, Словаччина, Туреччина; є власником прав торговельну марку **АЗНАУРІ**, яка була визнана добре відомою в Україні станом на 31.03.2017.

Апелянт вважає, що заявлене позначення «ALVANURI» є схожим до ступеня змішування із вказаними торговельними марками за всіма критеріями схожості: звуковий (фонетичний), графічний (візуальний) та семантичний (смысловий). Тому заявлене позначення та торговельні марки апелянта можуть бути сплутані споживачами між собою.

Торговельні марки апелянта та заявлене позначення «ALVANURI» мають грузинське походження, що створює асоціацію з регіоном, якістю, елітністю алкоголю та посилює асоціативне змішування. Це має критичне значення на ринку алкогольних напоїв, де споживач часто орієнтується на емоційні або культурні асоціації.

На твердження апелянта, бренд «Азнаурі» походить від стародавнього грузинського почесного титулу, яким нагороджували за особливі заслуги. Заявлене позначення «ALVANURI» є вигаданим словом та стилізовано до подібності із торговельними марками апелянта.

Тому споживач може вважати, що позначення «ALVANURI» – це нова серія, різновид, суббренд або регіональна версія торговельної марки «Азнаурі», що має схоже звучання, графічне оформлення та семантичне сприйняття.

Використання позначення «ALVANURI» створює ризик асоціації з добре відомою торговельною маркою «АЗНАУРІ», що підриває ділову репутацію апелянта та вводить в оману споживачів щодо особи, яка виробляє відповідні товари.

Перелік товарів 33 класу МКТП, для яких подано на реєстрацію заявку № т 2021 16446, містять тотожні товари, що належать до одного роду (виду), мають однакове призначення та є ідентичним із переліком товарів 33 класу МКТП торговельних марок апелянта.

Апелянт вважає, що споживачі можуть хибно припустити, що позначення «ALVANURI» – це паралельна лінійка алкогольної продукції виробника бренду «Азнаурі», що не відповідає дійсності, оскільки вводить споживачів в оману, щодо особи, яка виробляє товар та породжує хибну асоціацію із його іменем.

Маркування алкогольної продукції (бренді, коньяк, інші дистилятори) такою торговельною маркою підвищує ризик сплутування та породжує хибні асоціації у свідомості споживачів щодо ідентифікації особи.

На сьогоднішній день торговельні марки апелянта набули достатньої розрізняльної здатності за рахунок тривалого використання на ринку товарів та послуг України та породжують асоціації виключно із іменем Болотова Олексія Олександровича, тому використання схожих торговельних марок іншими особами є недопустимим, оскільки існує висока ймовірність виникнення труднощів у потенційних споживачів щодо ідентифікації особи, перш за все у зв'язку з тим, що коло осіб щодо зазначених товарів та послуг є ідентичним.

На підставі вищенаведеного порівняльного аналізу позначення «ALVANURI» є фонетично, графічно і семантично надзвичайно схожим із торговельною маркою «Азнаурі», що знижує його розрізняльну здатність, оскільки споживач не сприймає його як новий, унікальний бренд, а створює смисловий зв'язок із достатньо відомим брендом алкогольних напоїв «Азнаурі», позбавляючи споживачів можливості однозначно ідентифікувати походження товарів під двома різними позначеннями.

Схожість позначення «ALVANURI» із відомим брендом «Азнаурі» може свідчити про навмисне копіювання торговельної марки, спрямоване на використання вже напрацьованої репутації відомого бренду, що має ознаки недобросовісного використання ринкової переваги іншого суб'єкта.

Тому, надання правової охорони заявленому позначенню «ALVANURI» за заявкою № т 2021 16446 нанесе істотну шкоду діяльності та репутації добросовісного власника торговельної марки «Азнаурі».

В обґрунтування своїх доводів апелянтом надані такі документи (у копіях):

- 1) список торговельних марок, зареєстрованих на ім'я Болотова Олексія Олександровича;
- 2) копії договорів поставки з найбільшими дистриб'юторами та мережами продуктових магазинів України;
- 3) копії ліцензійних та субліцензійних договорів із ПП «Лоцмен» на право використання та продажу товарів під торговельною маркою «Азнаурі»;
- 4) таблиця із дистриб'юторами та мережами магазинів, із якими працює апелянт, починаючи з 2019 року;
- 5) копії договорів із просування торговельної марки «Азнаурі»;
- 6) презентація із просування торговельної марки «Азнаурі»;
- 7) Рішення про реорганізацію ПМП «Лоцмен» та створення ТОВ «Лоцмен» від 27.01.2023 № 1;
- 8) витяг з ЄДР та структура власності ТОВ «Лоцмен» від 08.07.2025;
- 9) Статут ТОВ «Лоцмен» від 27.01.2023;
- 10) ескізи етикетки продукції, креслення коркової пробки та дизайн

пляшки;

- 11) комерційна пропозиція від 18.09.2015 № 33581;
- 12) договір поставки від 30.11.2015 № 258/К/63-15;
- 13) специфікація № 4 до договору поставки від 21.12.2015 № ТА 000436-14;
- 14) виписка з реєстру WIPO щодо торговельної марки за міжнародною реєстрацією № 1378006.

У додаткових матеріалах до заперечення (від 18.09.2025 № Вх-53618/2025) апелянт повідомив, що Товариство з обмеженою відповідальністю «Лощмен» (ідентифікаційний код 23419138) створено 27.01.2023 шляхом реорганізації Приватного малого підприємства «Лощмен» (ідентифікаційний код 23419138) та надав підтверджуючі документи, а саме рішення про реорганізацію ПМП «Лощмен» та створення ТОВ «Лощмен».

Апелянт зазначив, що засновником та єдиним одноосібним учасником ПМП «Лощмен» (на сьогодні реорганізованого ТОВ «Лощмен»), яке було створено 29.05.1995 року, був та залишається громадянин України – Болотов Олександрович. Також Болотов О. О. є кінцевим бенефіціарним власником ТОВ «Лощмен». На підтвердження надано витяг з ЄДР, в якому зазначено учасників ТОВ «Лощмен», Статут ТОВ «Лощмен» та структуру власності ТОВ «Лощмен».

На підтвердження використання торговельної марки «Азнаурі» з 2015 року апелянтом надано ескізи етикетки продукції, креслення коркової пробки та дизайн пляшки продукції під торговельною маркою «Азнаурі»/«Aznauri»/«Азнаури», що був розроблений у 2015-2017 роках.

Апелянт зазначив, що перша комерційна пропозиція, специфікації та договори поставки продукції під торговельною маркою «Азнаурі» були укладені у 2015 році.

Торговельна марка «Aznauri» зареєстрована 11.10.2017 за міжнародною реєстрацією № 1378006 відносно товарів 33 класу МКТП в таких країнах, як: Австралія, Азербайджан, Канада, Німеччина, країни Балтії, Ізраїль, Польща, Кенія, Румунія, Молдова, Словаччина, Туреччина, що свідчить про обізнаність споживачів із торговельною маркою за на міжнародному ринку.

Алкогольна продукція «Aznauri» експортується у понад 20 країн світу, серед яких: Великобританія, Словаччина, Польща, Литва, Латвія, Казахстан, Китай, Ізраїль, Нігерія, Кенія, Танзанія.

Крім того, у низці із вищеперерахованих країн було подано національні заявки на реєстрацію торговельної марки «Aznauri» у різних варіаціях виконання, зокрема у Китаї, США, Казахстані, Узбекистані, Азербайджані тощо.

На підставі вищенаведеного беззаперечним є той факт, що бренд «Азнаурі» є широко відомим не лише на території України, а й за її межами, має велику популярність та визнану репутацію як вітчизняного, так і міжнародного виробника алкогольної продукції.

На підставі вищенаведеного можна стверджувати, що торговельна марка «Азнаурі» набула достатньої розрізняльної здатності за рахунок тривалого

використання на ринку товарів та послуг України та асоціюється виключно із іменем апелянта.

З огляду на викладене, апелянт просить скасувати рішення УКРНОІВІ від 26.07.2024 про реєстрацію торговельної марки «ALVANURI» за заявкою № м 2021 16446 та відмовити в наданні правової охорони заявленому позначенню відносно всіх заявлених товарів 33 класу МКТП.

В обґрунтування своєї позиції представник УКРНОІВІ зазначив, що кваліфікаційна експертиза заявленого позначення проводилась відповідно до пункту 1 статті 5, пунктів 1-5 статті 6 Закону з урахуванням пункту 4.3 Правил складання, подання та розгляду заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг, у редакції, затвердженій наказом Державного патентного відомства України від 20.08.1997 № 72, зі змінами (далі – Правила).

Під час проведення кваліфікаційної експертизи заявки № м 2021 16446 було подане мотивоване заперечення Болотова О. О. від 26.10.2021 щодо невідповідності наведеного в ній позначення умовам надання правової охорони.

Заперечення враховано не було, оскільки аргументи та відомості, наведені та документально підтверджені заявником у відповідь на заперечення, є обґрунтованими і дають можливість вважати заявлене позначення таким, що відповідає умовам надання правової охорони (пункт 1 статті 5, стаття 6 Закону).

За результатами кваліфікаційної експертизи, проведеної з урахуванням мотивованої відповіді заявника від 26.06.2024, поданої у зв'язку з одержанням повідомлення експертизи від 31.05.2023 № 102986/ЗМ/23 про можливу відмову у реєстрації заявленого позначення, експертом підготовлено висновок про відповідність позначення умовам надання правової охорони та винесено рішення про реєстрацію торговельної марки за заявкою № м 2021 16446 відносно усього переліку товарів 33 класу МКТП.

Заявники – Іукурідзе Елдар Жораєвич, Товариство з обмеженою відповідальністю «ПРОМИСЛОВО-ТОРГОВЕЛЬНА КОМПАНІЯ ШАБО», не згодні із підставами для відмови в реєстрації торговельної марки, наведеними апелянтом в своєму запереченні, вважають заперечення безпідставним та необґрунтованим з огляду на таке.

У відзиві на заперечення (від 28.08.2025 № Вх-49375/2025) заявники зазначили, що під час проведення експертизи по заявці № м 2021 16446 ними було одержано попередній висновок експертизи, в якому зазначалось про можливість відмови в реєстрації торговельної марки «ALVANURI» за заявкою № м2021 16446 відносно всього переліку товарів і/або послуг через те, що заявлене позначення є схожим настільки, що його можна сплутати:

зі словесною торговельною маркою «Азнаури» (свідоцтво № 206643 від 10.12.2015, заявка № м 2014 14146 від 06.10.2014),

зі словесною торговельною маркою «Aznauri» (свідоцтво № 206644 від 10.12.2015, заявка № м 2014 14147 від 06.10.2014),

зі словесною торговельною маркою «Азнаурі» (свідоцтво № 220799 від 26.12.2016, заявка № т 2015 16077 від 18.09.2015),

з комбінованою торговельною маркою «AZNAURI» (свідоцтво № 225160 від 10.04.2017, заявка № т 2015 21328 від 24.11.2015; свідоцтво № 227634 від 12.06.2017, заявка № т 2016 00697 від 20.01.2016; свідоцтво № 282113 від 10.09.2020, заявка № т 2018 19562 від 21.08.2018; свідоцтво № 289743 від 06.01.2021, заявка № т 2019 05135 від 05.03.2019),

зі словесною торговельною маркою «AZNAURI» (свідоцтво № 273617 від 25.03.2020, заявка № т 2018 09924 від 25.04.2018),

зі словесною торговельною маркою «АЗНАУРІ» (свідоцтво № 278304 від 10.07.2020, заявка № т 2018 12057 від 22.05.2018), раніше зареєстрованими в Україні на ім'я Болотова Олексія Олександровича (UA) щодо таких самих та споріднених товарів,

зі словесною торговельною маркою «АЗНАУРІ», яка з 31.03.2017 визнана добре відомою в Україні на ім'я Приватного малого підприємства «ЛОЦМЕН», Болотова Олексія Олександровича (УКРАЇНА) (UA) (Рішення Солом'янського районного суду м. Києва від 11.07.2018 № 760/10680, що набрало законної сили 21.08.2018) щодо товарів 33 класу: «вина; вина ігристі; бренді; спиртні напої».

Не погоджуючись із наведеними підставами для відмови, заявниками було подано мотивовану відповідь, в якій доведено, що заявлене позначення та протиставлені торговельні марки значно відрізняються за графічними ознаками, не є схожими за фонетичним критерієм і не викликають враження схожості.

Порівняння за семантичним критерієм показало, що до складу всіх протиставлених торговельних марок входить слово «AZNAURI», що є назвою грузинського дворянського титулу.

Заявлене за заявкою № т 2021 16446 позначення «ALVANURI» є назвою грузинського танцю і не має жодного стосунку до грузинських титулів і каст. За рахунок цього, заявлене позначення легко сприймається та запам'ятовується споживачем, привертає увагу споживачів, а використання заявленого позначення підкреслює намагання заявника надати змогу орієнтуватися споживачеві у призначенні товарів, при цьому заявлене позначення інформативне, змістовне, легко запам'ятовується та відтворюється на товарах та на рекламних засобах, у мережі «Інтернет», відповідає таким критеріям рекламоздатності, як символічність, асоціативність, лаконічність та влучність у стилістичному аспекті.

Всі перелічені ознаки та характеристики цілком розкривають семантичний зміст позначення за заявкою № т 2021 16446 та свідчать про відсутність схожості між порівнюваними об'єктами.

З наведеного випливає, що заявлене позначення та протиставлені торговельні марки в цілому не є схожими.

На підтвердження цього заявниками надано Висновок експерта № 2365 від 27.08.2025 за результатами експертного дослідження об'єктів інтелектуальної власності, проведеного ННЦ «ІНСТИТУТ СУДОВИХ ЕКСПЕРТИЗ ІМ. ЗАСЛ.

ПРОФ. М. С. БОКАРІУСА», в якому досліджувалися питання схожості заявленого позначення та торговельних марок апелянта.

Окрім цього, Іукурідзе Елдар Жораєвич є власником зареєстрованої



комбінованої торговельної марки ALVANURI в Грузії. Про реєстрацію цієї торговельної марки Національним центром інтелектуальної власності Грузії видане свідоцтво № 35793. Реєстрація цієї торговельної марки – один із етапів підготовки до використання та просування на ринках України та Грузії алкогольних напоїв, маркованих позначеннями «ALVANURI».

Наведене вище дозволяє стверджувати про відсутність підстав для відмови в реєстрації позначення «ALVANURI» за заявкою № т 2021 16446.

У додаткових поясненнях до відзиву на заперечення (від 03.10.2025 № 8204-/2025) заявниками зазначено таке.

До початку виробництва продукції 33 класу МКТП під позначенням «ALVANURI» заявниками було прийняте рішення про використання належного їм ТУ У 15.9-32751876-002:2009 «Бренді виноградні витримані. Технічні умови» із змінами № 1-3, для виробництва бренді «ALVANURI» («АЛВАНУРІ»).

Вказані технічні умови є груповими і поширюються на бренді виноградні витримані, виготовлені шляхом купажування вітчизняних та/або імпортих спиртів коньячних, витриманих терміном не менше 3 років у дубовій тарі або нержавіючих чи емальованих ємностях на дубовій клепці, з додаванням пом'якшеної води, цукрового сиропу та колеру (звичайного або спиртового), духмяних та спиртових вод з використанням спиртів віком не менше 3 років витримки ТОВ «ПРОМИСЛОВО-ТОРГОВЕЛЬНА КОМПАНІЯ ШАБО».

Після одержання рішення про реєстрацію торговельної марки «ALVANURI» за заявкою № т 2021 16446 заявниками розроблено проєкт Технологічної інструкції № 32751876-035-2025 на виробництво бренді «ALVANURI» («АЛВАНУРІ»).

Зазначена Технологічна інструкція поширюється на виробництво бренді «ALVANURI» («АЛВАНУРІ») ТОВ «ПРОМИСЛОВО-ТОРГОВЕЛЬНА КОМПАНІЯ ШАБО» згідно з ТУ У 15.9-32751876-002. Бренді «ALVANURI» («АЛВАНУРІ») виготовляється з винних дистилатів вітчизняного та/або імпортного виробництва, витриманих не менше 3 років, пом'якшеної води, цукрового сиропу та колеру. Авторські та майнові права інтелектуальної власності на назву, етикетку, технологію виробництва та технологічну інструкцію на виробництво бренді «ALVANURI» («АЛВАНУРІ») належать Іукурідзе Важі Георгієвичу.

Заявниками представлено зображення пляшок з етикетками «ALVANURI» («АЛВАНУРІ»), які плануються для маркування продукції під заявленим позначенням «ALVANURI».

На доказ того, що семантичне значення заявленого позначення є назвою грузинського танцю, надано відеофайли із записом виконання танцю та копію

газети «Вільна Грузія» № 107 за 2003 рік, де в рубриці «Хроніка культурного життя» підтверджується використання слова «ALVANURI» як назви танцю.

Окрім цього, заявниками було зазначено про скорочення переліку заявлених товарів 33 класу МКТП до «бренді; вина».

Враховуючи наведене, заявники просять заперечення Болотова Олексія Олександровича проти реєстрації торговельної марки «ALVANURI» по заявці № т 2021 16446 залишити без задоволення, а рішення УКРНОІВІ про реєстрацію торговельної марки «ALVANURI» по заявці № т 2021 16446 – чинним.

Пунктом 1 глави 3 розділу II Регламенту Апеляційної палати Національного органу інтелектуальної власності, затвердженого наказом Міністерства економіки України від 23.11.2023 № 17768 (далі – Регламент), встановлено, що розгляд заперечення по суті передбачає встановлення наявності або відсутності підстав для скасування рішення НОІВ щодо заявки, за якою подано заперечення, у межах мотивів, викладених у запереченні чи під час його розгляду, та на підставі зібраних у справі за запереченням матеріалів.

Відповідно до пунктів 11 і 12 глави 3 розділу II Регламенту колегія Апеляційної палати з метою з'ясування обставин, якими обґрунтовуються вимоги апелянта та які необхідно встановити для прийняття рішення, заслухала вступне слово сторін, з'ясувала обставини, на які вони посилаються як на підставу своїх вимог і заперечень, та перевірила їх доказами, що містилися у запереченні (від 11.07.2025 № Вх-36701/2025), відзиві (від 28.08.2025 № Вх-49375/2025), додаткових матеріалах, матеріалах заявки № т 2021 16446, та встановила таке.

З метою з'ясування обставин, якими апелянт та заявники обґрунтовують свої вимоги та які необхідно встановити для прийняття рішення, колегія Апеляційної палати перевірила відповідність заявленого позначення умовам надання правової охорони щодо наявності підстав для відмови, встановлених пунктами 2 і 3 статті 6 Закону<sup>1</sup>, з урахуванням пункту 4.3 Правил, та зазначає таке.

Статтею 494 Цивільного кодексу України визначено, що набуття права інтелектуальної власності на торговельну марку засвідчується свідоцтвом. Умови та порядок видачі свідоцтва встановлюються законом.

Обсяг правової охорони торговельної марки визначається наведеними у свідоцтві її зображенням та переліком товарів і послуг, якщо інше не встановлено законом.

Згідно з абзацом четвертим статті 1 Закону торговельна марка – позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб.

---

<sup>1</sup> Відповідність позначень умовам надання правової охорони за заявками, поданими до набрання чинності Закону України № 815-ІХ від 21.07.2020 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення охорони і захисту прав на торговельні марки і промислові зразки та боротьби з патентними зловживаннями», визначається колегією Апеляційної палати згідно із законодавством, що діяло на дату подання заявки.

Обсяг правової охорони, що надається, визначається зображенням торговельної марки та переліком товарів і послуг, внесеними до Реєстру, і засвідчується свідоцтвом з наведеними у ньому копією внесеного до Реєстру зображення торговельної марки та переліком товарів і послуг (пункт 4 статті 5 Закону).

Відповідно до абзацу другого пункту 3 статті 6 Закону не можуть бути зареєстровані як знаки позначення, які є тотожними або схожими настільки, що їх можна сплутати зі знаками, раніше зареєстрованими чи заявленими на реєстрацію в Україні на ім'я іншої особи для таких самих або споріднених з ними товарів і послуг.

Положення пункту 4.3.2.4 Правил визначають, що при перевірці позначень на тотожність і схожість встановлюється ступінь схожості заявленого та протиставлених позначень, визначається однорідність товарів і/або послуг, для яких заявлено торговельну марку, в порівнянні з товарами і/або послугами, для яких зареєстровані або заявлені протиставлені торговельні марки.

Водночас позначення вважається схожим настільки, що його можна сплутати з іншим позначенням, якщо воно асоціюється з ним у цілому, незважаючи на окрему різницю елементів.

Порядок встановлення схожості словесних та комбінованих позначень встановлений пунктами 4.3.2.6 та 4.3.2.8 Правил.

Комбіновані позначення, заявлені як знаки, порівнюються з комбінованими позначеннями та з тими видами позначень, які входять до складу комбінованого позначення, що перевіряється, як елементи.

Словесні позначення, заявлені як знаки, порівнюються зі словесними та комбінованими позначеннями, до композиції яких входять словесні елементи.

При встановленні схожості словесних позначень враховується звукова (фонетична), графічна (візуальна) та смислова (семантична) схожість.

Для з'ясування того, чи заявлене словесне позначення «ALVANURI» за заявкою № т 2021 16446 для скороченого переліку товарів 33 класу МКТП є схожим настільки, що його можна сплутати із торговельними марками, власником яких є апелянт, колегія Апеляційної палати провела порівняльний аналіз та встановила таке.

Заявлене за заявкою № т 2021 16446 словесне позначення **ALVANURI** виконане заголовними літерами латиниці, звичайним шрифтом. Позначення подане на реєстрацію для товарів 33 класу МКТП. У додаткових матеріалах до відзиву перелік товарів 33 класу було скорочено до таких: «бренді; вина».

Апелянт є власником наступних торговельних марок, які вважає схожими із заявленим позначенням.

Словесна торговельна марка **Азнаури** (свідоцтво України № 206643), виконана літерами кирилиці, звичайним шрифтом, перша літера – заголовна, інші літери – рядкові. Свідоцтво охороняється відносно товарів 33 класу МКТП:

«Алкогільні напої (крім пива); алкогільні напої, що сприяють травленню; алкогільні напої, що містять фрукти; алкогільні напої на травах; аперитиви; бренді; вермути; вина; вина ароматизовані; вина білі; вина витримані; вина виноградні столові; вина десертні; вина ігристі; вина іскристі; вина лікерні; вина марочні; вина міцні; вина напівсолодкі; вина напівсухі; вина ординарні; вина пінливі, в тому числі газовані або шипучі; вина плодово-ягідні; вина рожеві; вина солодкі; вина сухі; вина червоні; настоянки гіркі; горілка; коктейлі; коньяки; лікери; наливки (алкогільні та слабоалкогільні напої); перегінні алкогільні напої; напої алкогільні змішані, крім напоїв на основі пива; настоянки (алкогільні та слабоалкогільні напої); пікети (вино з виноградних вичавків); сидри; слабоалкогільні напої, крім пива; спиртні напої».

Словесна торговельна марка **Азнаурі** (свідоцтво України № 220799), виконана літерами кирилиці, звичайним шрифтом, перша літера – заголовна, інші літери – рядкові. Свідоцтво охороняється відносно товарів 33 класу МКТП: «Алкогільні напої (крім пива); алкогільні напої, що сприяють травленню; алкогільні напої, що містять фрукти; алкогільні напої на травах; аперитиви; бренді; вермути; вина; вина виноградні; вина ароматизовані; вина білі; вина витримані; вина виноградні столові; вина десертні; вина ігристі; вина іскристі; вина марочні; вина напівсолодкі; вина напівсухі; вина ординарні; вина ординарні столові; вина пінливі, в тому числі газовані або шипучі; вина плодово-ягідні; вина рожеві; вина солодкі; вина сухі; вина червоні; горілка; горілки виноградні; коктейлі; лікери; наливки (алкогільні та слабоалкогільні напої); напої алкогільні змішані, крім напоїв на основі пива; настоянки (алкогільні та слабоалкогільні напої); настоянки гіркі; пікети (вино з виноградних вичавків); слабоалкогільні напої, крім пива; спиртні напої».

Словесна торговельна марка **Aznauri** (свідоцтво України № 206644), виконано літерами латиниці, звичайним шрифтом, перша літера – заголовна, інші літери – рядкові. Свідоцтво охороняється відносно товарів 33 класу МКТП: «Алкогільні напої (крім пива); алкогільні напої, що сприяють травленню; алкогільні напої, що містять фрукти; алкогільні напої на травах; аперитиви; бренді; вермути; вина; вина ароматизовані; вина білі; вина витримані; вина виноградні столові; вина десертні; вина ігристі; вина іскристі; вина лікерні; вина марочні; вина міцні; вина напівсолодкі; вина напівсухі; вина ординарні; вина пінливі, в тому числі газовані або шипучі; вина плодово-ягідні; вина рожеві; вина солодкі; вина сухі; вина червоні; настоянки гіркі; горілка; коктейлі; коньяки; лікери; наливки (алкогільні та слабоалкогільні напої); перегінні алкогільні напої; напої алкогільні змішані, крім напоїв на основі пива; настоянки (алкогільні та слабоалкогільні напої); пікети (вино з виноградних вичавків); сидри; слабоалкогільні напої, крім пива; спиртні напої».

Словесна торговельна марка **AZNAURI** (свідоцтво України № 273617), виконана заголовними літерами латиниці, звичайним шрифтом. Свідоцтво охороняється відносно товарів 33 класу МКТП: «Алкогільні напої, крім пива; алкогільні напої, що містять фрукти; анісова настоянка (лікер); анісовий лікер;

аперитиви; арак; байцзю (китайський алкогольний напій); бренді; вина; віскі; горілка; горілка вишнева; грушевий сидр; джин; дигестиви (лікери та алкогольні напої); коктейлі; кюрасо; лікери; медовуха (напій медовий); м'ятні лікери; напої алкогольні змішані, крім напоїв на основі пива; настоянки гіркі; ніра (алкогольний напій на основі цукрової тростини); перегінні алкогольні напої; пікети (вино з виноградних вичавків); рисовий спирт; ром; sake; сидр; спиртні напої; спиртові екстракти; спиртові есенції; фруктові екстракти спиртові».

**AZNAURI**  
AZNAURI



Комбінована торговельна марка  (свідоцтво України № 225160), що містить словесний елемент «AZNAURI», виконаний заголовними літерами латиниці, звичайним шрифтом. Свідоцтво охороняється відносно товарів 33 класу МКТП: «Алкогольні напої (крім пива); алкогольні напої, що сприяють травленню; алкогольні напої, що містять фрукти; алкогольні напої на травах; аперитиви; бренді; вермути; вина; вина виноградні; вина ароматизовані; вина білі; вина витримані; вина виноградні столові; вина десертні; вина ігристі; вина іскристі; вина марочні; вина напівсолодкі; вина напівсухі; вина ординарні; вина ординарні столові; вина пінливі, в тому числі газовані або шипучі; вина плодово-ягідні; вина рожеві; вина солодкі; вина сухі; вина червоні; горілка; горілка виноградна; коктейлі; лікери; наливки (алкогольні та слабоалкогольні напої); напої алкогольні змішані, крім напоїв на основі пива; настоянки (алкогольні та слабоалкогольні напої); настоянки гіркі; пікети (вино з виноградних вичавків); сидри; слабоалкогольні напої; спиртні напої».



Комбінована торговельна марка  (свідоцтво України № 282113), що містить словесний елемент «AZNAURI», виконаний заголовними літерами латиниці, звичайним шрифтом. Свідоцтво охороняється відносно товарів 33 класу МКТП: «Алкогольні напої, крім пива; алкогольні напої, що містять фрукти; анісова настоянка (лікер); анісовий лікер; аперитиви; арак; байцзю (китайський алкогольний напій); бренді; вина; віскі; горілка; горілка вишнева; грушевий сидр; джин; дигестиви (лікери та алкогольні напої); коктейлі; кюрасо; лікери; медовуха (напій медовий); м'ятні лікери; напої алкогольні змішані, крім напоїв на основі пива; настоянки гіркі; ніра (алкогольний напій на основі цукрової тростини); перегінні алкогольні напої; пікети (вино з виноградних вичавків); рисовий спирт; ром; sake; сидр; спиртні напої; спиртові екстракти; спиртові есенції; фруктові екстракти спиртові».



Комбінована торговельна марка  (свідоцтво України № 227634), що містить словесний елемент «AZNAURI», виконаний заголовними

літерами латиниці, звичайним шрифтом. Свідоцтво охороняється відносно товарів 33 класу МКТП: «Алкогільні напої (крім пива); алкогільні напої, що сприяють травленню; алкогільні напої, що містять фрукти; алкогільні напої на травах; аперитиви; бренді; вермути; вина; вина виноградні; вина ароматизовані; вина білі; вина витримані; вина виноградні столові; вина десертні; вина ігристі; вина іскристі; вина марочні; вина напівсолодкі; вина напівсухі; вина ординарні; вина ординарні столові; вина пінливі, в тому числі газовані або шипучі; вина плодово-ягідні; вина рожеві; вина солодкі; вина сухі; вина червоні; горілка; горілки виноградні; коктейлі; лікери; наливки (алкогільні та слабоалкогільні напої); напої алкогільні змішані, крім напоїв на основі пива; настоянки (алкогільні та слабоалкогільні напої); настоянки гіркі; пікети (вино з виноградних вичавків); сидри; слабоалкогільні напої, крім пива; спиртні напої».



Комбінована торговельна марка (свідоцтво України № 289743), що містить словесний елемент «AZNAURI», виконаний заголовними літерами латиниці. Свідоцтво охороняється відносно товарів 33 класу МКТП: «Алкогільні напої, крім пива; алкогільні напої, що містять фрукти; анісова настоянка (лікер); анісовий лікер; аперитиви; арак; байцзю (китайський алкогільний напій); бренді; вина; ігристі вина; віскі; горілка; горілка вишнева; грушевий сидр; джин; дигестиви (лікери та алкогільні напої); коктейлі; кюрасо; лікери; медовуха (напій медовий); м'ятні лікери; напої алкогільні змішані, крім напоїв на основі пива; настоянки гіркі; ніра (алкогільний напій на основі цукрової тростини); перегінні алкогільні напої; пікети (вино з виноградних вичавків); рисовий спирт; ром; sake; сидр; спиртні напої; спиртові екстракти; спиртові есенції; фруктові екстракти спиртові».

Словесна торговельна марка **АЗНАУРІ**, визнана добре відомою в Україні на ім'я Приватного малого підприємства «ЛОЦМЕН», Болотова Олексія Олександровича відносно товарів 33 класу МКТП «вина; вина ігристі; бренді; спиртні напої» за рішенням Солом'янського районного суду м. Києва від 11.07.2018 № 760/10680 з 31.03.2017. Рішення набрало законної сили 21.08.2018.

Колегія Апеляційної палати зазначає, що фонетична схожість заявленого позначення «ALVANURI» та протиставлених апелянтом торговельних марок, що містять словесні елементи «Азнаурі», «Азнаури», «Aznauri», обумовлюється схожістю звучання початкових та кінцевих частин, однаковою кількістю складів, інтонацією, наголосом тощо.

Щодо візуальної схожості, колегія Апеляційної палати зазначає, що заявлене позначення і словесні частини торговельних марок апелянта схожі стилістикою, графічним відтворенням літер, частково порядком їх розтушування.

Під семантичною схожістю розуміється подібність покладених у порівнювані позначення понять, ідей, тобто подібність смислового значення позначень. Для тлумачення словесних елементів порівнюваних позначень колегія Апеляційної палати звернулася до доступних інформаційно-довідкових джерел та відомостей, зокрема наявних у мережі «Інтернет», проаналізувала доводи сторін та встановила таке.

Азнаурі – представник аристократичного феодального класу.

Слово «Aznauri» має іноземне походження. Деякі вчені пов'язують його з Арменом. «Азн» (прізвище, родина), інші – з перським «Зана» (зв'язок між родиною, народом), деякі – з перським «Азна» (шляхетний). Спочатку «Aznauri» ймовірно означало «вільну людину». У літературі (книгах Старого та Нового Завіту), перекладеній давньогрузинською, термін Aznauri використовувався за цим визначенням.

Існування «Азнаурі», «Сід-дід азнаурі» та «Уазно» було зафіксоване в Грузії ще в другій половині V століття. Спочатку підтверджено у «Мучеництві святої цариці Шушанік». У середньовічній Грузії існували різні соціальні групи, зокрема соціальний клас землевласників, які успадковували свої привілеї. У пізніші періоди термін Азнаурі охоплював усі привілейовані класи і переважно позначав членів цього соціального класу. Отже, у грузинській мові термін Азнаурі був еквівалентним терміну «шляхетний» у Європі<sup>2</sup>.

За пошуком семантичного визначення слова «ALVANURI» надається лише відеозапис жіночого гірського танцю під назвою «ALVANURI», який виконує грузинський ансамбль СЕУ<sup>3</sup>.

Колегія проаналізувала семантичне значення заявленого позначення та торговельних марок апелянта і вважає, що, оскільки досліджувані словесні елементи мають грузинське походження, то для пересічних споживачів вони будуть сприйматися не з точки зору їх тлумачення, а стосовно товарів, які ними марковані.

Колегія врахувала те, що торговельні марки апелянта тривалий час представлені на ринку України і чітко асоціюються у споживачів із алкогольною продукцією, що і формує основне семантичне сприйняття.

Пересічному споживачу буде важко розтлумачити семантику заявленого позначення та відрізнити від торговельних марок апелянта, які вже певний час представлені на ринку України. Через це більшого значення для створення асоціативного зв'язку мають графічний та фонетичний критерії.

Оскільки заявлене позначення є суто словесним, колегія Апеляційної палати зазначає, що рівень схожості заявленого позначення з торговельними марками апелянта є достатньо високим для українських споживачів.

Отже, завдяки збігу сприйняття мотивів та асоціацій, які утворюють порівнювані позначення, що складаються з фонетичної та графічної схожості

<sup>2</sup> [https://www.georgianencyclopedia.ge/en/form\\_eng/254?post=](https://www.georgianencyclopedia.ge/en/form_eng/254?post=)

<sup>3</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=PwrFbSoL\\_MI](https://www.youtube.com/watch?v=PwrFbSoL_MI)

словесних елементів, стилістики виконання, заявлене словесне позначення та торговельні марки апелянта справляють у цілому схоже загальне зорове враження, незважаючи на окремі відмінності їх складових елементів.

За результатами порівняльного аналізу заявленого позначення та торговельних марок апелянта, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що вони є схожими настільки, що їх можна сплутати, оскільки заявлене позначення в цілому асоціюється з протиставленими торговельними марками апелянта, незважаючи на окрему різницю елементів.

Відповідно до пункту 4.3.2.5 Правил для позначення, заявленого як знак, щодо якого проводиться експертиза по суті, і виявлених зареєстрованих та заявлених на реєстрацію знаків з більш раннім пріоритетом встановлюється однорідність (спорідненість) товарів і послуг.

При встановленні однорідності (спорідненості) товарів і послуг визначається принципова імовірність виникнення у споживача враження про належність їх одній особі, що виготовляє товар або надає послуги. Для встановлення такої спорідненості слід урахувувати, зокрема, рід (вид) товарів і послуг, їх призначення; коло споживачів.

Товари і/або послуги вважаються «такими самими», якщо вони належать до одного виду, які задовольняють одну і ту ж потребу, мають однакові призначення та споживчі характеристики.

При цьому спорідненість товарів повинна встановлюватись лише тоді, коли знаки є тотожними чи дуже схожими.

Змішування може виникнути тоді, коли споживчі характеристики товарів різних виробників є або однаковими, або схожими. Під час оцінки схожості товарів можуть братися до уваги такі критерії спорідненості товарів, як рід (вид) товарів, їх споживчі характеристики та функціональне призначення, вид матеріалу, з якого товари виготовлені, умови та канали збуту товарів і надання послуг, коло споживачів тощо.

При встановленні спорідненості товарів необхідно також враховувати можливий спосіб продажу товарів (супермаркети, спеціалізовані магазини), оскільки супермаркети розмивають уявлення споживача про походження товарів, тоді як, купуючи товари у спеціалізованих магазинах, споживачі ймовірно можуть сприймати ці товари як такі, що мають спільне комерційне джерело їх походження.

Під час вирішення питання щодо спорідненості товарів визначається принципова ймовірність виникнення у споживача уявлення про належність цих товарів одному виробнику.

Основними ознаки, на підставі яких визначається спорідненість товарів, є:

рід (вид) товарів,

призначення товарів;

вид матеріалу, з якого виготовлені товари.

Також, слід враховувати види потреб, які задовольняють товари; умови реалізації (збуту) товарів; коло споживачів.

Проаналізувавши переліки товарів, колегія Апеляційної палати звертає увагу на таке.

Згідно з пунктом 4 статті 7 Закону перелік товарів і послуг, для яких заявник просить зареєструвати знак, групується за МКТП. Тому основним інструментом для визначення належності товарів або послуг до таких самих та встановлення спорідненості товарів і/або послуг є МКТП, в основу якої покладено ознаки спорідненості товарів і/або послуг. Кожен клас МКТП містить заголовок і супроводжується необхідним поясненням. У пояснювальних примітках до класу перераховуються узагальнені назви основних груп товарів або послуг, що містяться в класі, а також наводяться деякі конкретні товари або послуги, пов'язані або не пов'язані з даним класом.

Відповідно до пояснювальних приміток до товарів 33 класу МКТП належать, головним чином, алкогольні напої, спиртові есенції та екстракти. *Зокрема, до Класу належать:* вина, вина кріплені; сидри алкогольні, грушеві сидри; спиртні напої, лікери; спиртові есенції, фруктові екстракти алкогольні, настоянки гіркі.

Проаналізувавши скорочений перелік товарів 33 класу МКТП заявленого позначення та переліки товарів 33 класу МКТП торговельних марок апелянта щодо їх спорідненості, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що порівнювані товари є такими самими або спорідненими, враховуючи їх вид, спільне призначення (пропонування до продажу товарів), коло споживачів та можливість виникнення у споживачів враження про належність їх одній особі.

За результатами дослідження, проведеного згідно з пунктами 4.3.2.4-4.3.2.6 Правил, колегія Апеляційної палати констатує, що заявлене позначення за заявкою № т 2021 16446 та протиставлені торговельні марки є схожими настільки, що їх можна сплутати відносно споріднених товарів 33 класу МКТП.

Для з'ясування того, чи є заявлене позначення таким, що може ввести в оману споживачів щодо особи, яка виробляє товар, колегія Апеляційної палати зазначає таке.

Відповідно до абзацу п'ятого пункту 2 статті 6 Закону не можуть одержати правову охорону позначення, які є оманливими або такими, що можуть ввести в оману щодо товару, послуги або особи, яка виробляє товар або надає послугу.

Згідно з пунктом 4.3.1.9 Правил до позначень, що є оманливими або такими, що можуть ввести в оману щодо товару, послуги або особи, яка виробляє товар або надає послугу, відносяться позначення, які породжують у свідомості споживача асоціації, пов'язані з певною якістю, географічним походженням товарів або послуг або з певним виробником, які насправді не відповідають дійсності.

Позначення може бути визнане оманливим або таким, що здатне вводити в оману, коли є очевидним, що воно в процесі використання як торговельної марки не виключає небезпеки введення в оману споживача.

Зокрема, небезпека введення в оману споживача щодо особи, яка виробляє товари або надає послугу, може виникати у випадку існування на ринку

споріднених товарів або послуг, маркованих позначеннями, які є тотожними або схожими настільки, що їх можна сплутати.

Водночас поява на ринку України товарів або послуг суб'єкта, що використовує такі позначення, викликатиме високу ймовірність того, що споживач сприйме пропозицію про товари/послуги останнього як наслідок розширення діяльності вже знайомого йому підприємства, що й вводитиме в оману споживача.

Якщо заявлене позначення містить або відтворює у своїх суттєвих елементах торговельну марку, яка тривалий час і у значних обсягах використовувалась іншою особою в Україні та за кордоном до дати подання заявки на реєстрацію торговельної марки, можливість введення в оману споживача щодо особи, яка виробляє товари або надає послугу, може виникати особливо щодо споріднених товарів у разі, якщо використання заявленого позначення буде вказувати на зв'язок між такими товарами та власником торговельної марки.

Зрештою, використання торговельної марки іншою особою без належної підстави може завдати шкоди інтересам її власника, якщо таке використання негативно впливатиме на розрізняльні ознаки і/або надаватиме неправомірну вигоду іншій особі.

Для з'ясування того, чи є заявлене позначення «ALVANURI» таким, що може ввести в оману споживачів щодо особи, яка виробляє товари, чи може заявлене позначення «ALVANURI» породжувати у свідомості споживачів асоціації, пов'язані з певним виробником, які насправді не відповідають дійсності, колегія Апеляційної палати проаналізувала відомості, що містяться в матеріалах заперечення, а також звернулась до доступних інформаційно-довідкових джерел, наявних у мережі «Інтернет», та зазначає таке.

Згідно з інформацією, що міститься на офіційному сайті апелянта<sup>4</sup>, всі напої «AZNAURI» виготовляються з добірних сортів винограду, витримуються та купажуються з дотриманням класичних традицій виноробства і коньячної справи.

AZNAURI – це поєднання благородних традицій і сучасності, лаконічності та розкоші, вишуканого смаку і відмінної якості.

Символом бренду AZNAURI виступає величний ЛЕВ, який уособлює силу, витримку, харизму, лідерство, мужність, велич та благородство.

Бренд AZNAURI об'єднує колекцію коньяків з левиним характером, які створені для сильних духом чоловіків, а також лінійку тихих та ігристих вин для витончених неповторних жінок, які відчують себе королевою в будь-якій ситуації.

AZNAURI підкорює серця шанувальників цих напоїв далеко за межами України. Продукція експортується до понад 20 країн світу, серед них:

---

<sup>4</sup> <https://aznauri.com/>

Великобританія, Словаччина, Польща, Литва, Латвія, Казахстан, Китай, Ізраїль, Нігерія, США, Японія, Австралія.

Швидкість ліній виробництва складає 6 000 пляшок за годину, потужність виробництва – 24 000 000 літрів на рік, ємнісний парк – 2 500 000 млн літрів, асортимент товарів складає більше 90 позицій, обсяг виробництва – 15 000 000 пляшок на рік.

На офіційному сайті заявників зазначена наступна інформація<sup>5</sup>.

На основі багатовікових традицій шабського виноробства у 2003 році було створено компанію SHABO – український виноробний комплекс з повним циклом виробництва. Діяльність компанії спрямована на вирощування та перероблення винограду, виробництво й реалізацію алкогольної продукції SHABO.

З 2003 року створюються Великі вина, які визнають у всьому світі та доводять, що Україна – виноробна країна з великим потенціалом.

Сімейна справа родини Іукурідзе – SHABO, заснована на винних традиціях, яким понад 200 років.

1200 га виноградників і сучасний технологічний комплекс розташовані на півдні України в селі Шабо на виноробній широті 46,6°. Саме унікальний терруар цього регіону надихнув засновників компанії SHABO на мрію – створити Великі Вина України.

Регіон Шабо – один з найдавніших українських терруарів, історія якого налічує понад 2 тисячі років. Розташування між Дністровським лиманом та Чорним морем, ідеальні ґрунти та клімат – унікальність та потенціал цього регіону оцінили швейцарці ще у 1822 році. Вони заснували тут виноробне поселення та започаткували епоху виноградарства найвищого рівня, європейської культури та традицій створення якісних вин.

До складу підприємства входять «Винний дім SHABO», «Дім ігристих вин SHABO», а також «Коньячний дім SHABO». Створюючи винні шедеври, компанія багато років співпрацює з відомим світовим експертом Stéphane Derenoncourt із Франції.

Аналізуючи подані сторонами документи, колегія дійшла висновку, що діяльність апелянта і заявника є однаковою – виробництво виноробної продукції, яка належить до товарів 33 класу МКТП. Поява на ринку України товарів суб'єкта, що використовує заявлене позначення «ALVANURI», може призвести до сприйняття споживачами цих товарів як розширення асортименту продукції вже відомої йому компанії, що насправді не відповідає дійсності.

Тому, використання заявником схожого позначення, може викликати у споживачів помилкове враження про те, що споріднені товари, які фактично виробляються різними особами, походять від однієї особи.

<sup>5</sup> <https://shabo.ua/pro-kompaniyu>

Отже, колегія Апеляційної палати вважає, що на заявлене позначення поширюються підстави для відмови у наданні правової охорони, встановлені абзацом шостим пункту 2 статті 6 Закону.

Подані апелянтом і заявниками як докази документи на підтвердження своїх доводів, якими вони обґрунтовують свої вимоги, оцінені колегією Апеляційної палати за своїм внутрішнім переконанням, що ґрунтується на їх безпосередньому, всебічному, повному та об'єктивному дослідженні.

Колегія оцінювала належність та допустимість кожного доказу окремо, а також достатність і взаємний зв'язок доказів у їх сукупності (пункт 5 глави 7 розділу I Регламенту).

Стосовно Висновку експерта № 2365 колегія Апеляційної палати зазначає, що жодні докази, зокрема висновки експертів, не мають для колегії установленної сили.

За результатами дослідження матеріалів справи та загальнодоступної інформації, що міститься в мережі «Інтернет», колегією Апеляційної палати встановлено, що торговельні марки використовуються апелянтом безперервно з 2015 року.

Згідно з наданими матеріалами, апелянт є засновником, єдиним одноосібним учасником та кінцевим бенефіціарним власником ТОВ «Лоцмен».

З 2015 року ТОВ «Лоцмен» здійснює виробничу, торговельну, рекламну діяльність що пов'язана із введенням в цивільний обіг продукції під торговельними марками «Aznauri»/«Азнаурі»/«Азнаури».

Колегія Апеляційної палати встановила, що, маркуючи свою продукцію, апелянт проставляє на ній торговельну марку «Aznauri»/«Азнаурі»/«Азнаури», що забезпечує його чітку ідентифікацію серед виробників товарів 33 класу МКТП.

Надані колегії докази використання торговельних марок апелянта вказують на тривале використання (з 2015 року), а обсяги виробництва та реалізації є значними. Товари апелянта представлені у мережі «Інтернет» та доступні майже у кожній торговельній мережі.

Заявником під заявленим позначенням продукція не виробляється та, відповідно, не представлена споживачам.

Колегія врахувала і той факт, що заявлене позначення є словесним. Заявником представлені незатверджені макети зовнішнього вигляду продукції з етикетками, на яких наведено видозмінене позначення «ALVANURI», під якими він тільки планує випускати товари 33 класу МКТП.

Тобто, встановити остаточний вигляд етикеток продукції, які планував випускати заявник під заявленим позначенням, наразі неможливо.

Зважаючи на викладене, колегія Апеляційної палати вважає, що заявлене позначення «ALVANURI» за заявою № т 2021 16446 не може бути зареєстровано як торговельна марка відносно товарів 33 класу МКТП, оскільки на нього поширюються підстави для відмови, встановлені пунктами 2 та 3 статті 6 Закону.

Дослідивши матеріали справи в межах мотивів заперечення, колегія Апеляційної палати дійшла висновку про наявність підстав для задоволення заперечення Болотова О. О. та скасування рішення УкрНОІВІ від 26.07.2024 за заявкою № т 2021 16446.

За результатами розгляду заперечення, керуючись Законом України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», Регламентом Апеляційної палати Національного органу інтелектуальної власності, затвердженим наказом Міністерства економіки України від 23.11.2023 № 17768, зареєстрованим в Міністерстві юстиції України 04.01.2024 за № 21/41366, колегія Апеляційної палати

**в и р і ш и л а:**

1. Заперечення Болотова Олексія Олександровича задовольнити.
2. Рішення УкрНОІВІ від 26.07.2024 про реєстрацію торговельної марки «ALVANURI» за заявкою № т 2021 16446 скасувати.
3. Відмовити Іукурідзе Елдару Жораєвичу та Товариству з обмеженою відповідальністю «ПРОМИСЛОВО-ТОРГОВЕЛЬНА КОМПАНІЯ ШАБО» в реєстрації торговельної марки «ALVANURI» за заявкою № т 2021 16446.

Рішення набирає чинності з дати його затвердження наказом Державної організації «Український національний офіс інтелектуальної власності та інновацій». Затверджене рішення може бути оскаржено в судовому порядку протягом двох місяців від дати його одержання. Збір, сплачений за подання заперечення, підлягає поверненню в порядку та у розмірі, встановленому законодавством.

Головуючий колегії  
Члени колегії

І. А. Костенко  
В. Б. Фінагіна  
Ю. А. Горбик



44673629 - УкрНОІВІ  
№Ріш-АП/79-25 від 10.12.2025  
КЕП (Підписання проєкту):  
Костенко І. А. 10.12.2025 16:36  
3FAA9288358EC0030400  
00009D673A0000A6DB00



44673629 - УкрНОІВІ  
№Ріш-АП/79-25 від 10.12.2025  
КЕП (Підписання проєкту):  
Фінагіна В. Б. 10.12.2025 16:36  
3FAA9288358EC0030400  
0000A7A43A00F09ADD00



44673629 - УкрНОІВІ  
№Ріш-АП/79-25 від 10.12.2025  
КЕП (Підписання проєкту):  
Горбик Ю. А. 10.12.2025 16:34  
3FAA9288358EC0030400  
0000015F3A007B71DB00