

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ УКРНОІВІ

09.04.2026 № 91/2026



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>, кодзгідноз ЄДРПОУ: 44673629

**Р І Ш Е Н Н Я**

11 березня 2026 року

Колегія Апеляційної палати УКРНОІВІ, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Білоцьким В. В. від 05.02.2026 № Р-АП/22-26, у складі головуючого Громової Ю. В. та членів колегії Гостевої А. І., Осмолівської О. С., за участю секретаря засідання Лазарець І. М., розглянула заперечення Соколова Антона Юрійовича проти рішення УКРНОІВІ від 03.12.2025 про відмову в реєстрації торговельної марки «БЛИСКАВКА» за заявкою № т 2024 07048.

Заперечення апелянта – Соколова А. Ю. (далі – апелянт), подано на підставі абзацу першого пункту 1 статті 15 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (далі – Закон), згідно з яким заявник має право оскаржити рішення за заявкою у судовому порядку або до Апеляційної палати протягом двох місяців від дати одержання рішення Національного органу інтелектуальної власності (далі – НОІВ) чи копій матеріалів, затребуваних відповідно до пункту 3 статті 10 Закону.

Апелянт не погоджується з рішенням УКРНОІВІ від 03.12.2025 про відмову в реєстрації торговельної марки «БЛИСКАВКА» відносно послуг 38 та 41 класів Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП) за заявкою № т 2024 07048, прийнятим на підставі висновку експертизи про те, що заявлене позначення не відповідає умовам надання правової охорони, які

встановлені пунктом 1 статті 5 Закону і зазначені у розділі II Правил складання, подання заявки на торговельну марку, заявки на міжнародну реєстрацію торговельної марки та проведення експертизи заявки на торговельну марку, міжнародної реєстрації торговельної марки з поширенням на Україну, затверджених наказом Міністерства економіки України від 06.08.2024 № 19889 (далі – Правила), для всіх заявлених товарів і/або послуг, оскільки: для всіх послуг 38 та 41 класів МКТП, зазначених у наведеному в матеріалах заявки переліку, є схожим настільки, що його можна сплутати, зокрема асоціювати, з комбінованою торговельною маркою «Blyskavka media» (свідоцтво № 272473 від 10.03.2020, заявка № m 2018 06844 від 21.03.2018), раніше зареєстрованою в Україні на ім'я Пашковського Євгена Івановича (UA) щодо таких саме та споріднених послуг.



Апелянт зазначає, що заявлене позначення «БЛИСКАВКА» та протиставлена торговельна марка «Blyskavka Media, комб.» не є схожими до ступеня змішування, оскільки вони відрізняються за фонетичними, графічними та семантичними ознаками.

Зокрема, на думку апелянта, позначення відрізняються фонетично, оскільки заявлене позначення складається з одного словесного елемента «БЛИСКАВКА», тоді як протиставлена торговельна марка складається з двох словесних елементів «Blyskavka» та «Media», у зв'язку з чим вони мають різну кількість звуків, складів, наголосів, а також відрізняються за ритмікою та інтонацією.

Крім того, апелянт зазначає, що порівнювані позначення мають візуальні відмінності. Заявлене позначення є словесним, виконаним літерами кирилиці, тоді як протиставлена торговельна марка виконана літерами латиниці, є комбінованою та містить зображувальний елемент у вигляді стилізованої блискавки, що формує інше загальне зорове враження.

Водночас апелянт стверджує, що порівнювані позначення відрізняються семантично, оскільки словесний елемент «БЛИСКАВКА» має самостійне лексичне значення, тоді як словосполучення «Blyskavka Media» асоціюється з діяльністю у сфері медіа. У зв'язку з цим апелянт вважає, що порівнювані позначення не є схожими настільки, що їх можна сплутати.

Також апелянт зазначає про те, що він є керівником Товариства з обмеженою відповідальністю «Рекламна агенція «Блискавка»» та власником новинних каналів «BLYSKAVKA/БЛИСКАВКА» на онлайн-платформах «Viber», «Telegram» та «YouTube», які функціонують з 2022 року та мають значну кількість підписників. Апелянт стверджує, що ці інформаційні ресурси активно здійснюють щоденні публікації та користуються значною популярністю серед споживачів новин.

Крім того, апелянт є власником зареєстрованих в Україні торговельних марок  за свідоцтвом № 373150,  за свідоцтвом № 376367 та

**БЛИСКАВКА**

за свідоцтвом № 376373.

У зв'язку з тривалим та активним використанням зазначеного позначення, на думку апелянта, навколо нього сформувалося широке коло споживачів, що свідчить про набуття ним розрізняльної здатності.

Водночас, апелянт звертає увагу на те, що торговельна марка «Blyskavka Media, комб.» використовувалась в діяльності проєкту Пашковського Є. І. «Блискавка Медіа» (<https://blyskavka.media/pro-proekt/>), останній допис на якому датується 25.10.2021 (<https://blyskavka.media/2021/10/25/statistika-po-tizhnyam-covid/>).

Також останні і єдині відео з YouTube-каналу проєкту були опубліковані 6 років тому (<https://www.youtube.com/@blyskavkamedia4328>).

Апелянт зазначає, що вживав заходів для встановлення зв'язку з власником протиставленої торговельної марки з метою отримання згоди на реєстрацію заявленого позначення, однак відповіді не отримав.

Ураховуючи наведене, в своєму запереченні апелянт просить скасувати рішення УкрНОІВІ від 03.12.2025 про відмову в реєстрації торговельної марки «БЛИСКАВКА» за заявкою № m 2024 07048 та зареєструвати заявлене позначення для скороченого переліку послуг 38 класу МКТП, а саме: забезпечування користувачів доступом до глобальних комп'ютерних мереж; забезпечування спілкування в інтернет-чатах; забезпечування спілкування на форумах у режимі онлайн; передавання відеоданих за запитом; передавання повідомлень і зображень за допомогою комп'ютера; передавання цифрових файлів; пересилання повідомлень; потокове передавання даних; радіо- та телевізійне транслювання інформації щодо різноманітних подій, в тому числі новин; транслювання засобами бездротового зв'язку; та послуг 41 класу МКТП, а саме: відеознімання; готування публікацій за допомогою електронних настільних видавничих засобів; забезпечування незавантажними відеозаписами в режимі онлайн; забезпечування незавантажними електронними публікаціями в режимі онлайн; забезпечування інформацією у сфері розваг; монтування відеострічок; написання сценаріїв, крім призначених на рекламні потреби; написання текстів; послуги з макетування, крім призначених на рекламні потреби; послуги кіностудій; послуги репортерів; послуги фоторепортерів; публікування електронних книжок та журналів у режимі онлайн; публікування текстів, крім рекламних; створювання радіо- і телевізійних програм; створювання фільмів, крім рекламних; телевізійні передачі навчальні, інформаційні і розважальні; послуги репортерів зі збирання інформації, в тому числі для готування новин; фотографування.

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.

Розгляд заперечення апелянта проти рішення УкрНОІВІ від 03.12.2025 про відмову в реєстрації торговельної марки «БЛИСКАВКА» за заявкою № т 2024 07048 здійснювався колегією Апеляційної палати у спрощеному порядку відповідно до пункту другого глави 1, глави 4 розділу II Регламенту.

Заперечення у спрощеному порядку було розглянуто колегією Апеляційної палати на підставі наявних матеріалів (вх. від 04.02.2026 № 973-09/2026) в одне засідання без запрошення сторін.

Експертиза заявленого позначення проводилась відповідно до Закону та Правил. Під час проведення експертизи 08.10.2025 за вих. № 266968/ЗМ/25 експертом було направлено попередній висновок про можливу відмову в реєстрації заявленого позначення.

21.11.2025 від заявника надійшла мотивована відповідь з доводами на користь реєстрації позначення.

Наведені у мотивованій відповіді доводи не були визнані обґрунтованими повністю, тому 03.12.2025 експертом підготовлено висновок про невідповідність заявленого позначення умовам надання правової охорони на тій підставі, що заявлене позначення для всіх послуг 38 та 41 класів МКТП, зазначених у наведеному в матеріалах заявки переліку, є схожим настільки, що його можна сплутати, зокрема асоціювати, з комбінованою торговельною маркою «Blyskavka Media» (свідоцтво №272473 від 10.03.2020, заявка № т 2018 06844 від 21.03.2018), раніше зареєстрованою в Україні на ім'я Пашковського Євгена Івановича (UA) щодо таких самих та споріднених послуг.

На підставі висновку експертизи 03.12.2025 УкрНОІВІ прийнято рішення про відмову в реєстрації торговельної марки «БЛИСКАВКА» за заявкою № т 2024 07048.

У запереченні апелянтом скорочено перелік заявлених послуг 38 та 41 класів МКТП, у зв'язку з чим розгляд заперечення по суті здійснювався колегією Апеляційної палати у межах мотивів, викладених у запереченні, з урахуванням скороченого переліку послуг.

З метою з'ясування обставин, якими апелянт обґрунтовує 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 пунктом 3 статті 6 Закону, з урахуванням глави 2 розділу II та глави 8 розділу VI Правил, та зазначає таке.

Згідно з абзацом другим пункту 3 статті 6 Закону не можуть бути зареєстровані як торговельні марки позначення, які на дату подання заявки або, якщо заявлено пріоритет, на дату пріоритету є тотожними або схожими настільки, що їх можна сплутати, зокрема асоціювати, з торговельними марками, раніше зареєстрованими чи заявленими на реєстрацію в Україні на ім'я іншої особи для таких самих або споріднених з ними товарів і послуг.

Відповідно до пункту 15 глави 2 розділу II Правил позначення вважається схожим настільки, що його можна сплутати з торговельною маркою, якщо воно асоціюється з нею в цілому, незважаючи на окрему різницю елементів. Сплутування позначень відбувається, коли споживач може помилково сприйняти одне позначення за інше.

Порядок встановлення схожості позначень визначений пунктами 16-17 глави 8 розділу VI Правил.

Оцінка схожості позначень здійснюється на основі елементів, що мають розрізняльну здатність, їх загального зорового сприйняття, зокрема домінуючих і другорядних графічних елементів, співставлення звукового складу, асоціативного ряду, ступеня семантичної близькості, їх кольорового та композиційного рішення. Під час встановлення схожості порівнювані позначення розглядаються в цілому, без поділення на окремі елементи.

Оцінка схожості позначень здійснюється з позиції сприйняття їх пересічним споживачем.

Схожість словесних позначень обумовлюється звуковою (фонетичною), графічною (візуальною) та смисловою (семантичною) схожістю.

На виникнення звукової схожості словесних позначень впливає наявність у них таких ознак: близькість і збіг звуків, розташування близьких звуків і звукосполучень одних відносно інших, збіг складів та їхнє розташування, кількість звуків і складів, місце та розташування звукосполучень, що збігаються, близькість складу голосних і приголосних; характер частин позначень, що збігаються; наголос; кількість і послідовність їх складів; спільний ритм та інтонація позначень.

Ознаки, на підставі яких виникає звукова схожість словесних позначень, можуть впливати на ступінь схожості як кожна окремо, так і в сукупності.

Ознаками звукової схожості можуть бути: тотожність звучання позначень, що є відтворенням одного і того ж слова літерами іншого алфавіту; тотожність звучання початкових частин позначень і схожість звучання їх кінцевих частин; схожість звучання початкових частин позначень і тотожність звучання їх кінцевих частин; тотожність звучання початкових і кінцевих частин позначень і схожість звучання їх середніх частин; тотожність звучання середніх частин позначення і схожість звучання їх початкових і кінцевих частин.

Графічна (візуальна) схожість позначень обумовлюється наявністю таких ознак: загальне зорове враження, вид шрифту, графічне написання з урахуванням характеру букв (друковані чи прописні, заголовні чи рядкові), стилізоване виконання словесних елементів і ступінь стилізації, розташування літер одна відносно одної, алфавіт, літерами якого написано слово, колір чи комбінація кольорів. Під час визначення графічної схожості до уваги не беруться такі ознаки, як різні види стандартних шрифтів, різний розмір та накреслення літер, насиченість кольору, нахил, виконання позначень заголовними або рядковими літерами.

Смислова (семантична) схожість позначень обумовлюється наявністю таких ознак: подібність закладених у позначеннях понять та ідей, збіг змісту позначень

різними мовами; збіг одного з елементів позначень, на який падає логічний наголос і який має самостійне значення, що є основою закладеної в позначенні ідеї.

Якщо одне з порівнюваних позначень або жодне з них не має смислового значення, порівняння за смисловими (семантичними) ознаками неможливе та не впливає на оцінку схожості позначень.

Заявлене на реєстрацію словесне позначення **БЛИСКАВКА** складається з одного словесного елемента, виконаного стандартним шрифтом заголовними літерами кирилиці. Позначення подано на реєстрацію відносно послуг 38 і 41 класів МКТП.



Протиставлена торговельна марка за свідоцтвом України № 272473 є комбінованою, містить два словесні елементи «Blyskavka» та «Media», виконані стандартним шрифтом літерами латиниці, де перші літери слів заголовні, інші – рядкові. Зліва від словесних елементів розташований зображувальний елемент у вигляді стилізованого зображення блискавки. Торговельна марка зареєстрована для послуг 38, 41 та 42 класів МКТП.

При проведенні порівняльного аналізу заявленого позначення та протиставленої торговельної марки колегія Апеляційної палати дійшла висновку про таке.

Фонетична схожість заявленого позначення та протиставленої торговельної марки обумовлюється тотожністю звучання спільного словесного елемента «блискавка», що забезпечує їх ідентичність у фонетичному сприйнятті.

Щодо візуальної (графічної) схожості колегія Апеляційної палати зазначає, що заявлене позначення і протиставлена торговельна марка схожі видом шрифту (стандартний), графічним написанням (відтворенням) літер (заголовні, рядкові), а відрізняються алфавітом (кирилиця, латиниця), наявністю зображувального елемента та додаткового словесного елемента у протиставленій торговельній марці. Водночас зображувальний елемент виступає додатковою відмінною ознакою протиставленої торговельної марки.

У цілому, порівнювані позначення викликають різне зорове сприйняття та не створюють загального враження візуальної схожості.

З метою визначення семантичного значення заявленого позначення та протиставленої торговельної марки, колегія Апеляційної палати звернулася до доступних інформаційних джерел та встановила таке.

Слово «BLYSKAVKA» є транслітерацією українського слова «блискавка», що означає іскровий розряд всередині хмар або між хмарами і землею<sup>1</sup>.

Слово «Media» в перекладі з англійської мови на українську означає засоби масової інформації<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> <https://www.pogodairadar.com.ua/pohodni-novyiny/blyskavka-yak-vynykaye-i-de-slidkuvaty-nazhyvo--2bc6ff50-2419-4ba3-a508-d58da54bfbc8>

<sup>2</sup> <https://www.m-translate.org.ua/en-uk/word-media-translation>

Поєднання словесних елементів у протиставленій торговельній марці «Blyskavka Media» може сприйматися як умовна назва медійного проєкту, інформаційного ресурсу або суб'єкта, що здійснює діяльність у сфері медіа. Натомість словесний елемент у заявленому позначенні «БЛИСКАВКА» сам по собі зберігає значення, пов'язане передусім із природним явищем – блискавкою.

За результатами фонетичного, візуального та семантичного порівняльного аналізу заявленого позначення та протиставленої торговельної марки колегія Апеляційної палати зазначає, що попри наявність певних відмінностей, порівнювані позначення у цілому асоціюються між собою.

Водночас колегія Апеляційної палати зазначає, що оцінка ймовірності виникнення асоціацій між позначеннями повинна здійснюватися також з урахуванням характеру послуг, для яких заявлено позначення.

Відповідно до пункту 20 глави 8 розділу VI Правил під час встановлення спорідненості товарів і/або послуг враховуються положення пункту 17 глави 2 розділу II цих Правил та визначається принципова ймовірність виникнення у споживачів враження про єдине джерело походження товарів чи надання послуг.

Для встановлення спорідненості товарів і/або послуг до уваги беруться фактори, які їх тісно пов'язують: родова (видова) назва, призначення, вид матеріалу, з якого товари виготовлені, умови та канали збуту товарів і надання послуг, коло споживачів. Ці фактори можуть враховуватися як окремо, так і в сукупності.

Відповідно до пункту 17 глави 2 розділу II Правил товари і/або послуги вважаються спорідненими, якщо вони пов'язані між собою призначенням, способом використання, мають однакове коло споживачів, умови та канали збуту, є взаємодоповнюючими та/або подібні за своєю природою (рід (вид) товарів і вид матеріалу, з якого товари виготовлені) і використання щодо таких товарів і/або послуг тотожних чи схожих торговельних марок імовірно може викликати у певному секторі споживачів асоціації щодо єдиного джерела їх походження.

Колегією Апеляційної палати встановлено, що первісно заявлений перелік послуг заявленого позначення за заявкою № m 2024 07048 охоплював широкий спектр послуг у 38 та 41 класах МКТП, які є спорідненими з послугами, для яких зареєстрована протиставлена марка.

Апелянтом у запереченні було скорочено перелік заявлених на реєстрацію послуг. Разом з тим колегія Апеляційної палати зазначає, що саме по собі скорочення заявником переліку послуг не є достатньою підставою для реєстрації заявленого позначення щодо всіх зазначених заявником послуг.

У результаті аналізу скороченого заявником переліку послуг колегією Апеляційної палати встановлено, що частина заявлених послуг може надаватися незалежно від основної діяльності апелянта і не має прямого функціонального чи комерційного зв'язку з іншими послугами, для яких апелянт активно використовує позначення «БЛИСКАВКА». Збереження цих послуг у переліку може призвести до виникнення асоціативного зв'язку та ймовірності змішування

у свідомості споживачів з послугами, для яких зареєстрована протиставлена торговельна марка.

До таких послуг, зокрема, належать: забезпечування користувачів доступом до глобальних комп'ютерних мереж; забезпечування спілкування в інтернет-чатах; передавання відеоданих за запитом; потокове передавання даних; радіо- та телевізійне транслювання інформації щодо різноманітних подій, в тому числі новин; транслювання засобами бездротового зв'язку; відеознімання; готування публікацій за допомогою електронних настільних видавничих засобів; забезпечування незавантажними відеозаписами в режимі онлайн; забезпечування незавантажними електронними публікаціями в режимі онлайн; написання сценаріїв, крім призначених на рекламні потреби; послуги з макетування, крім призначених на рекламні потреби; послуги кіностудій; публікування електронних книжок та журналів у режимі онлайн; створювання радіо- і телевізійних програм; створювання фільмів, крім рекламних; телевізійні передачі навчальні, інформаційні і розважальні.

Крім того, такі послуги зберігають ознаки спорідненості з іншими інформаційними, медійними та розважальними послугами, для яких зареєстрована протиставлена торговельна марка «Blyskavka Media, комб.» за свідоцтвом № 272473, що у разі їх збереження у переліку заявленого позначення може призвести до виникнення асоціативного зв'язку та ймовірності змішування у свідомості споживачів.

З огляду на викладене, з метою усунення зазначених ризиків та забезпечення відповідності заявленого позначення умовам надання правової охорони, колегія Апеляційної палати дійшла висновку про необхідність виключення наведених послуг із переліку, щодо якого заявлене позначення «БЛИСКАВКА» може бути зареєстроване.

Разом з тим, при оцінці ймовірності виникнення асоціації між порівнюваними позначеннями, підлягають врахуванню не лише результати їх формального порівняльного аналізу, але й інші обставини справи, зокрема характер використання заявленого позначення, рівень його впізнаваності серед споживачів, а також наявність у заявника серії торговельних марок.

Для визначення того, чи може бути надана правова охорона заявленому позначенню, колегія Апеляційної палати, керуючись підпунктом (1) пункту С статті 6 *quinquies* Паризької конвенції про охорону промислової власності, дослідила усі фактичні обставини, що свідчать на користь реєстрації торговельної марки і містяться в доданих до заперечення матеріалах, та встановила таке.

Встановлено, що апелянт є керівником Товариства з обмеженою відповідальністю «Рекламна агенція «Блискавка», власником та адміністратором новинних каналів «BLYSKAVKA/БЛИСКАВКА», що підтверджується копіями договорів від 06.06.2025 та 20.12.2025, укладених між Viber Media S.à r.l. та Соколовим А. Ю. як власником каналу «БЛИСКАВКА» та YouTube-каналу, які висвітлюють поточні події з 2022 року та налічують від 100 тис. до 2 млн

підписників, а саме: Viber – 2 066 775 підписників; Telegram – 198 984 підписники; YouTube – 133 000 підписників.

На підтвердження зазначених обставин до матеріалів заперечення долучено скриншоти екранів відповідних сторінок каналів «BLYSKAVKA/БЛИСКАВКА» у месенджерах «Telegram», «Viber» та на платформі «YouTube».

З наданої до матеріалів справи роздруківки щодо споживання новин у соціальних мережах убачається, що серед користувачів месенджера «Viber» канал «БЛИСКАВКА» входить до числа джерел, які респонденти називають серед основних для отримання новин (30 % у 2024 році та 18 % у 2025 році), що свідчить про його впізнаваність серед відповідного кола споживачів інформаційних послуг.

Засоби масової інформації засвідчують популярність новинних ресурсів «БЛИСКАВКА» серед українських споживачів новин, що підтверджується скриншотами екранів з вебсайту медіаресурсу marketer «ТОП-10 НАЙПОПУЛЯРНІШИХ КАНАЛІВ VIBER У 2024: НОВИНИ, СЕРВІСИ І КРИТИЧНА ІНФОРМАЦІЯ» та з вебсайту медіаресурсу «детектор медіа».

Крім того, апелянт є власником серії наступних торговельних марок:



за свідоцтвом № 373150 від 29.10.2025, торговельна марка зареєстрована для послуг 38, 41, 42 класів МКТП;



за свідоцтвом № 376367 від 24.12.2025, торговельна марка зареєстрована для послуг 38, 41 класів МКТП;

#### **БЛИСКАВКА**

за свідоцтвом № 376373 від 24.12.2025, торговельна марка зареєстрована для послуг 36 класу МКТП.

Наявність у апелянта декількох торговельних марок, що містять спільний словесний елемент «BLYSKAVKA/БЛИСКАВКА» та зображення «блискавки», свідчить про формування серії торговельних марок, які використовуються у межах єдиної комерційної ідентичності.

У керівництвах European Union Intellectual Property Office (Trade Mark Guidelines) у розділі «Family/Series of Marks» зазначено, що власник серії попередніх марок повинен надати докази використання всіх марок, що належать до серії, або, принаймні, певної кількості марок, здатних утворити «серію». Заявлена торговельна марка повинна бути не лише подібною до марок, що належать до серії, але й мати характеристики, що можуть асоціювати її з цією серією. Асоціація повинна спонукати громадськість повірити, що оскаржувана торговельна марка також є частиною серії, тобто що товари та послуги можуть походити від тих самих або пов'язаних підприємств.

Конструкція серії знаків відображає підхід, за яким торговельні марки оцінюються у взаємозв'язку, а не ізольовано, з огляду на практику використання

взаємопов'язаних позначень зі спільними елементами, що формують уявлення про єдине джерело походження. Водночас обов'язковою ознакою такої серії є належність прав на відповідні позначення одному суб'єкту, що забезпечує їх сприйняття як пов'язаних між собою.

З урахуванням наявності у апелянта серії торговельних марок, а також з урахуванням тривалого використання та присутності на ринку цього позначення у сфері інформаційних і новинних послуг, відповідне позначення може сприйматися споживачами як частина єдиної серії торговельних марок апелянта, що виключає ймовірність сплутування з протиставленою торговельною маркою за свідоцтвом № 272473.

Отже, заявлене позначення «БЛИСКАВКА» може бути зареєстроване щодо тих послуг 38 та 41 класів МКТП, які безпосередньо пов'язані з діяльністю апелянта у сфері новинних і медійних послуг і для яких не виникає ризик асоціації або змішування з протиставленою торговельною маркою за свідоцтвом № 272473.

Дослідивши матеріали справи в межах мотивів заперечення, колегія Апеляційної палати дійшла висновку про можливість часткового задоволення заперечення та реєстрації заявленого позначення щодо скороченого переліку послуг 38 класу МКТП, а саме: «забезпечування спілкування на форумах у режимі онлайн; передавання повідомлень і зображень за допомогою комп'ютера; передавання цифрових файлів; пересилання повідомлень», та 41 класу МКТП, а саме: «забезпечування інформацією у сфері розваг; монтування відеострічок; написання текстів; послуги репортерів; послуги фоторепортерів; публікування текстів; послуги репортерів зі збирання інформації, в тому числі для готування новин».

За результатами розгляду заперечення, відповідно до Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», керуючись Регламентом Апеляційної палати Національного органу інтелектуальної власності, затвердженим наказом Міністерства економіки України від 32.11.2023 № 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 Соколова Антона Юрійовича задовольнити частково.
2. Рішення УкрНОІВІ від 03.12.2025 про відмову в реєстрації торговельної марки «БЛИСКАВКА» за заявкою № т 2024 07048 скасувати.
3. Зареєструвати, за умови сплати збору за публікацію відомостей про видачу свідоцтва та державного мита за видачу свідоцтва України, торговельну марку «БЛИСКАВКА» за заявкою № т 2024 07048 відносно скороченого переліку послуг 38 класу МКТП, а саме: «забезпечування спілкування на форумах у режимі онлайн; передавання повідомлень і зображень за допомогою

комп'ютера; передавання цифрових файлів; пересилання повідомлень», та 41 класу МКТП, а саме: «забезпечування інформацією у сфері розваг; монтування відеострічок; написання текстів; послуги репортерів; послуги фоторепортерів; публікування текстів; послуги репортерів зі збирання інформації, в тому числі для готування новин».

Рішення Апеляційної палати 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 в розмірі, встановленому законодавством.

Головуючий колегії  
Члени колегії

Ю. В. Громова  
А. І. Гостева  
О. С. Осмолівська



44673629 - УКРНОІВІ  
№Ріш-АП/39-26 від  
08.04.2026  
КЕП (Підписання проєкту):  
Громова Ю. В. 08.04.2026 14:44  
3FAA9288358EC0030400  
00000C3A3B00E5BDE100



44673629 - УКРНОІВІ  
№Ріш-АП/39-26 від  
08.04.2026  
КЕП (Підписання проєкту):  
Осмолівська О. С. 08.04.2026  
14:01  
3FAA9288358EC0030400  
000088BA3900869FD700



44673629 - УКРНОІВІ  
№Ріш-АП/39-26 від  
08.04.2026  
КЕП (Підписання проєкту):  
Гостева А. І. 08.04.2026 13:56  
04AF212836405D990400  
00008B2B3D0052A2EC00