ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ УКРНОІВІ
09.04.2026 № 93/2026

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

16 березня 2026 року

Колегія Апеляційної палати УКРНОІВІ, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Білоцьким В. В. від 18.11.2025 № Р-АП/222-25, у складі головуючого Гостєвої А. І. та членів колегії Фінагіної В. Б., Єсєва В. Д., за участю секретаря засідання Козелецької Н. О., розглянула заперечення Сандоз АГ (CH) проти рішення УКРНОІВІ від 18.09.2023 про реєстрацію торговельної марки «Саньджо» за заявкою № m 2021 26222, заявник – Товариство з обмеженою відповідальністю «КАНАСА».

Представники апелянта – Тиртична Г. В., Погорєлова О. А.
Представник заявника – Свентозельська Т. Р.
Представник УКРНОІВІ – Микитіна О. І.

Заперечення апелянта – Сандоз АГ (CH) (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 Національного органу інтелектуальної власності (далі – НОІВ) до Апеляційної палати протягом двох місяців від дати одержання копії рішення, надісланої такій особі відповідно до абзацу четвертого пункту 15 статті 10 цього Закону.

Апелянт не погоджується з рішенням УКРНОІВІ від 18.09.2023 про реєстрацію торговельної марки «Саньджо» за заявкою № m 2021 26222 відносно

всього переліку товарів 01, 05 класів Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП), прийнятим на підставі висновку експертизи про відповідність заявленого позначення умовам надання правової охорони.

Апелянт вважає, що торговельна марка за заявкою № m 2021 26222 відносно всіх заявлених товарів 01, 05 класів МКТП не відповідає умовам надання правової охорони, визначеним абзацом шостим пункту 2, абзацами другим та п'ятим пункту 3 статті 6 Закону, оскільки вона є схожою настільки, що її можна сплутати з торговельними марками, раніше зареєстрованими на ім'я апелянта, комерційним найменуванням апелянта, яке є відомим в Україні вже протягом багатьох років, та може ввести в оману споживача щодо виробника товарів.

На підтвердження своєї правової позиції представники апелянта у запереченні та у засіданні навели такі доводи проти реєстрації заявленого позначення.

Заявлена на реєстрацію торговельна марка за заявкою № m 2021 26222 є візуально та фонетично схожою настільки, що її можна сплутати з торговельними марками апелянта «САНДОЗ» за свідоцтвом України № 969, «САНДОЗ» за свідоцтвом України № 88359, «SANDOZ» за свідоцтвом України № 91517. Порівнювані позначення містять однакову початкову частину, що займає значну частину їх загальної площі, з якої зазвичай починається огляд торговельної марки споживачем і на яку переважно споживач звертає увагу та запам'ятовує у першу чергу. Також вони мають схожу середню частину, на якій може зосереджуватися увага споживача під час швидкого погляду на торговельну марку. Крім того, схожими є кінцеві частини порівнюваних позначень, оскільки вони містять дві однакові літери. Більшість звуків у заявленому позначенні збігається з відповідними звуками торговельних марок апелянта (5 з 6). Візуальна та фонетична схожість між позначенням заявника та торговельними марками апелянта посилюється тим, що однакові літери/звуки у них мають однакове розташування, а саме: «САН/SAN» розташовані на початку порівнюваних слів, літера «Д/D» – у середині, літера «О» – в кінцевій частині. Наявність літери/звуку «Ж» не робить торговельну марку заявника суттєво відмінною від торговельних марок апелянта, оскільки літера «Ж» розташована після приголосного звуку та в кінцевій частині торговельної марки.

Отже, заявник використав торговельну марку, комерційне найменування апелянта «САНДОЗ» у кирилиці, фактично повністю, тільки змінивши літеру «З» на літеру «Ж» та помінявши їх місцями з літерою «О». Зважаючи на те, що кількість літер у порівнюваних торговельних марках є майже однаковою (різниця в одній літері), серед яких більшість є візуально однаковими та мають однакове взаємне розташування, заявлена на реєстрацію торговельна марка та торговельні марки апелянта сприймаються у цілому як візуально схожі до ступеня сплутування. Також є очевидним, що заявлене позначення є схожим з торговельними марками апелянта настільки, що його можна сплутати за фонетичною ознакою, незважаючи на незначні відмінності у двох звуках.

Крім того, позначення «Саньджо» за заявкою № m 2021 26222 є схожим з торговельними марками апелянта за семантичною ознакою.

Торговельні марки апелянта є штучно утвореними словами і водночас торговельні марки «САНДОЗ» за свідоцтвом України № 969, «САНДОЗ» за свідоцтвом України № 88359 є українською транслітерацією торговельної марки апелянта «SANDOZ» за свідоцтвом України № 91517, яка своєю чергою є комерційним найменуванням компанії апелянта. Галузь діяльності компанії Сандоз – фармацевтична та хімічна промисловість. Компанія є світовим лідером у галузі генеричних лікарських засобів (генериків) та біосимілярів, препаратів для дерматології та трансплантації. Сандоз займає лідерські позиції у галузі генеричних препаратів для лікування серцево-судинних та офтальмологічних захворювань, розладів центральної нервової системи (ЦНС) та болю, а також препаратів для терапії онкологічних, респіраторних та гормональних захворювань. Sandoz була утворена у 1886 році, у 1996-2003 роках ця компанія була частиною Novartis Group (групи Новартіс), з 2003 року – окремим підрозділом Novartis, що займався виробництвом генериків, з жовтня 2003 року відділилась від Novartis та існує як окрема компанія Sandoz AG. Через ці обставини права на деякі торговельні марки для фармацевтичних препаратів були передані від Novartis до Sandoz AG. В Україні компанія діє як Товариство з обмеженою відповідальністю «САНДОЗ УКРАЇНА» з 02.10.2012 із комерційним найменуванням у кирилиці «САНДОЗ». Торговельні марки апелянта та його комерційне найменування широко і протягом тривалого часу використовуються в Україні щонайменше з 1997 року.

Стосовно семантичного значення заявленої торговельної марки за заявкою № m 2021 26222 представники апелянта зазначають таке.

Слово «Саньджо» у кирилиці відсутнє в українській мові або іншій мові із абеткою на основі кирилиці, отже, його можна вважати штучно утвореним словом. Разом з тим, у результаті проведеного пошуку в інтернеті, не виявлено жодних даних, які б свідчили про використання зазначеної торговельної марки в Україні та/або інших країнах, а також відомостей щодо його семантичного значення. Зважаючи на її візуальну та фонетичну схожість з торговельними марками і комерційним найменуванням апелянта настільки, що їх можна сплутати, існує ризик, що споживач сприйматиме семантичне значення заявленого позначення як схоже із семантичним значенням торговельних марок апелянта та його комерційним найменуванням. Одночасно споживач може переплутати порівнювані торговельні марки та відповідно товари під цими торговельними марками, тому існує висока вірогідність виникнення у споживача хибної думки про те, що торговельна марка заявника належить апелянту. Крім того, товари, зазначені у заявці № m 2021 26222, є тотожними та однорідними товарам у 01, 05 класах МКТП, щодо яких зареєстровані торговельні марки апелянта. Ці товари належать до одного виду, мають однакове призначення, мають однакові канали збуту товарів та однакове коло споживачів.

Зважаючи на те, що торговельна марка заявника є схожою до ступеня змішування з торговельними марками апелянта та його комерційним найменуванням, існує високий ризик їх сплутування споживачами. Беручи до уваги давню та активну діяльність на українському ринку компанії апелянта,

відомість та репутацію його комерційного найменування в Україні, а також той факт, що торговельні марки апелянта використовуються в Україні, існує реальна небезпека того, що у разі одночасної присутності на українському ринку товарів під торговельними марками заявника та апелянта споживачі можуть помилково сприйняти назву «Саньджо» як торговельну марку та продукт, вироблений компанією Сандоз АГ.

На обґрунтування своїх доводів представником апелянта разом із запереченням надані такі документи (у копіях, від 17.05.2024 № Вх-9191-Е/2024):

рішення УКРНОІВІ від 18.09.2023 № 178381/ЗМ/23 про реєстрацію торговельної марки за заявкою № m 2021 26222 для всіх заявлених у заявці товарів і послуг, супровідний лист до рішення від 25.09.2023 № 182509/ЗМ/23;

висновок експертизи з бібліографічними даними від 18.09.2023 № 178379/ЗМ/23 про відповідність заявленого позначення за заявкою № m 2021 26222 умовам надання правової охорони відносно усього переліку товарів і послуг;

роздруківки з вебсайту www.sandoz.ua та вільної енциклопедії «Вікіпедія», які містять інформацію про діяльність компанії Sandoz;

роздруківка з вебсайту youcontrol.com.ua, яка містить відомості про ТОВ «САНДОЗ УКРАЇНА»;

перелік медичних препаратів, у торговельних назвах яких присутнє комерційне найменування Sandoz;

роздруківки з вебсайту tabletki.ua з інформацією про лікарські препарати, виробником яких є Sandoz, та зображенням упаковок, на яких зазначено комерційне найменування Sandoz.

Зважаючи на наведені аргументи та надані докази на їх підтвердження, представники апелянта просили скасувати рішення УКРНОІВІ від 18.09.2023 про відповідність позначення за заявкою № m 2021 26222 умовам надання правової охорони стосовно всіх заявлених товарів 01, 05 класів МКТП та відмовити ТОВ «КАНАСА» у реєстрації торговельної марки «Саньджо» відносно усього переліку товарів і послуг.

На доповнення представником апелянта надані додаткові пояснення від 16.02.2026 стосовно заперечення проти рішення УКРНОІВІ щодо заявки № m 2021 26222 (вх. від 16.02.2026 № 1338/2026), у яких порушувалося питання про обмеження переліку заявлених за заявкою № m 2021 26222 товарів до тих, що стосуються тільки інсектицидів, а саме: «Кл. 01 – добавки хімічні до інсектицидів»; «Кл. 05 – інсектициди».

В обґрунтування своєї позиції представник УКРНОІВІ зазначив, що 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 28.07.1995 № 116, зі змінами (далі – Правила).

30.03.2022 за вх. № 5956-Е/2022 було отримано заперечення Новартіс АГ, Швейцарія, щодо невідповідності наведеного в заявці № m 2021 26222 позначення умовам надання правової охорони, яке не було враховано, оскільки викладені в ньому обставини не обґрунтовують вимог заперечення.

За результатами кваліфікаційної експертизи експертом було підготовлено висновок від 18.09.2023 № 178379/ЗМ/23 про відповідність заявленого за заявкою № m 2021 26222 позначення умовам надання правової охорони відносно усього переліку товарів і послуг.

Представник заявника у відзиві на заперечення від 30.01.2026 № 30-01/26 (від 04.02.2026 № Вх-6855/2026) та у засіданні не погодився з доводами апелянта, зазначивши таке.

Фонетична відмінність порівнюваних позначень «Саньджо» та «САНДОЗ» обумовлюється м'якістю приголосного [нь] у заявленому позначенні, що надає звучанню пом'якшеності та плавності; типом і класом приголосних у другому складі [дж] та [з], оскільки ці звуки належать до різних фонетичних класів, що чітко відрізняє слова; кінцевими звуками [о] та [з], що істотно впливає на загальне сприйняття; загальною артикуляційною складністю: слово «Саньджо» містить складне поєднання [ньдж], яке вимовляється з переходом від м'якості до зімкнення, слово «САНДОЗ» – вимова простіша, без м'яких або складних зімкнень. Щодо фонетичної відмінності між позначеннями «Саньджо» та «SANDOZ» представником заявника вказано на те, що вони відрізняються за формою та алфавітом (кирилиця та латиниця відповідно), використання різних алфавітів формує різне візуальне та мовне сприйняття, слово «Саньджо» сприймається як слово, адаптоване до української фонетики, водночас слово «SANDOZ» сприймається як іноземна (міжнародна) назва. Отже, різне мовне походження впливає на вимову та асоціації. Заявлене позначення містить м'який приголосний [нь], має звук [дж] та закінчується на відкритий склад із голосним [о], торговельна марка апелянта «SANDOZ» містить твердий [n], має звук [z] та закінчується на закритий склад з фінальним приголосним [z], тому порівнювані позначення при усному сприйнятті мають різний характер звучання.

Представник заявника також вказав на відмінність порівнюваних позначень за семантичним критерієм, який суттєво відрізняє їх та відіграє важливу роль для сприйняття споживачем.

Заявлене позначення «Саньджо» за заявкою № m 2021 26222 є словесним, штучно створеним, вигаданим позначенням, а тому не має семантичного змісту. Саньджо, КС – є назвою сучасного високоефективного двокомпонентного інсектициду, призначеного для захисту сільськогосподарських культур від комплексу шкідників. Препарат використовується для боротьби з широким спектром шкідників, включаючи попелиць, трипсів, жуків та гусениць. Саньджо, КС ефективно використовується як для захисту посівів, так і для обробки насіння, наприклад соняшнику, та пройшов реєстрацію у Міністерстві охорони здоров'я України.

Торговельні марки апелянта «САНДОЗ» та «SANDOZ» також є словесними позначеннями, а саме є назвою швейцарської фармацевтичної компанії, світового лідера у виробництві генериків та біосимілярів, тобто аналогів дорогих ліків, що робить їх доступнішими для пацієнтів, пропонуючи широкий спектр препаратів для лікування інфекцій, серцево-судинних захворювань, онкології тощо, яка відома своїм історичним внеском у виробництво антибіотиків та біотехнологій.

Отже, кожне з порівнюваних позначень має свою відмінну ідею, що закладена у їх значення, тому і створює свій, інший визначений образ.

Крім того, представник заявника зазначив, що препарати Саньджо КС пропонуються до продажу в Україні, зокрема в інтернет-магазинах: agrobiz.net; agrarii-razom.com.ua. Реалізація інсектицидів під зазначеною торговельною маркою здійснюється у спеціалізованих магазинах з агрохімією, а медичні препарати апелянта «САНДОЗ» та «SANDOZ» реалізуються в аптеках, тому коло споживачів та канали збуту продукції є різними.

На підставі викладеного, представник заявника просив відмовити у задоволенні заперечення повністю.

Пунктом 1 глави 3 розділу ІІ 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 ІІ 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 17.05.2024 № Вх-9191-Е/2024), відзиві на заперечення (від 04.02.2026 № Вх-6855/2026), матеріалах заявки № m 2021 26222, та встановила таке.

Заявлене на реєстрацію позначення **Саньджо** є словесним, виконане потовщеними друкованими літерами кирилиці, де перша літера – заголовна, інші – рядкові, без заявлення охорони кольору чи поєднання кольорів як розрізняльної ознаки. Позначення подане на реєстрацію відносно товарів 01, 05 класів МКТП.

Протиставлена торговельна марка **САНДОЗ** за свідоцтвом України № 969 є словесною, відтвореною потовщеними друкованими літерами кирилиці, усі літери заголовні, без заявлення охорони кольору чи поєднання кольорів як розрізняльної ознаки. Зареєстрована відносно товарів 01, 02, 05, 31 класів МКТП.

Протиставлена торговельна марка САНДОЗ за свідоцтвом України № 88359 є словесною, відтвореною друкованими заголовними літерами кирилиці, без заявлення охорони кольору чи поєднання кольорів як розрізняльної ознаки. Зареєстрована відносно товарів 05 класу МКТП.

Протиставлена торговельна марка SANDOZ за свідоцтвом України № 91517 є словесною, відтвореною друкованими літерами латиниці, усі літери заголовні, без заявлення охорони кольору чи поєднання кольорів як розрізняльної ознаки. Зареєстрована відносно товарів 05 класу МКТП.

Колегія Апеляційної палати перевірила відповідність заявленого за заявкою № m 2021 26222 позначення **Саньджо** умовам надання правової охорони щодо наявності підстав для відмови, встановлених абзацом шостим пункту 2, абзацами другим та п’ятим пункту 3 статті 6 Закону[1].

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. 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 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.

Положення пункту 4.3.2.4 Правил[2] 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. Позначення вважається схожим настільки, що його можна сплутати з іншим позначенням,

---

[1] Відповідно до пункту 3 Постанови Верховної Ради України «Про введення в дію Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» від 23 грудня 1993 р. № 3771-XII, відповідність знаків умовам їх реєстрації визначається згідно з законодавством, що діяло на дату подання заявки.

[2] Під час встановлення наявності або відсутності підстав для скасування рішення УКРНОІВІ щодо заявки, поданої до набрання чинності наказом Міністерства економіки України від 06.08.2024 № 19889 «Про затвердження 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», зареєстрованим в Міністерстві юстиції України 19.08.2024 за № 1263/42608, колегією Апеляційної палати застосовуються положення наказу Держпатенту України від 28.07.1995 № 116 «Про затвердження Правил складання і подання заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг», із відповідними змінами, що був чинним на дату прийняття рішення за заявкою.

якщо воно асоціюється з ним у цілому, незважаючи на окрему різницю елементів.

Словесні позначення, заявлені як знаки, порівнюються зі словесними та комбінованими позначеннями, до композиції яких входять словесні елементи. При встановлені схожості словесних позначень враховується звукова (фонетична), графічна (візуальна) та смислова (семантична) схожість (пункт 4.3.2.6 Правил).

Для з'ясування того, чи заявлене словесне позначення **Саньджо** за заявкою № m 2021 26222 для заявленого переліку товарів 01, 05 класів МКТП є схожим настільки, що його можна сплутати із торговельними марками, власником яких є апелянт, колегія Апеляційної палати провела порівняльний аналіз та встановила таке.

Звукова (фонетична) схожість заявленого позначення «Саньджо» [сан`джо] та протиставленої апелянтом торговельної марки «САНДОЗ» [сандоз] обумовлюється збігом спільної початкової частини «Сан», наявністю у порівнюваних позначеннях приголосної букви «д» та голосної букви «о». Разом з тим слід зазначити, що вони відрізняються кількістю букв – 7 та 6 відповідно. Слово «Саньджо» має два відкриті склади з наголосом на перший склад та 5 звуків, при цьому м'який знак у слові не має звуку, а вказує на м'якість букви [н`], букви [д] і [ж] позначають один злитий звук [дж]. Слово «Сандоз» складається з 6 букв та 6 звуків, має два закриті склади з наголосом на другий склад, букви [д] і [з] вимовляються як два окремі звуки, слово не має м'якого знака [ь] та складного нерозривного приголосного [дж]. Зважаючи на проведений фонетичний аналіз, можна дійти висновку, що головна відмінність у вимові слова кирилицею «Саньджо» та слова латиницею «Sandoz» [сандóз] (або англ. [sænˈdɒz]) полягає у м'якості приголосного та способі вимови буквосполучення «дж» у заявленому позначенні.

З огляду на зазначене вище, звукове (фонетичне) сприйняття заявленого на реєстрацію позначення «Саньджо» та торговельних марок «САНДОЗ/SANDOZ» є різним. Отже, колегія Апеляційної палати не вважає порівнювані позначення схожими за фонетичною ознакою.

Щодо графічної (візуальної) схожості колегія Апеляційної палати зазначає, що порівнювані позначення «Саньджо» та «САНДОЗ» схожі видом шрифту (стандартний), алфавітом (кирилиця), а відрізняються графічним написанням (відтворенням) літер (рядкові та заголовні відповідно), мають різні кінцеві літери «о» та «з», що змінює візуальне сприйняття кінцевої частини слова. Порівнювані позначення «Саньджо» та «SANDOZ» є схожими за видом шрифту (стандартний), відрізняються алфавітом (кирилиця і латинця), графічним написанням (відтворенням) літер (рядкові та заголовні), мають різні кінцеві літери «о» та «z», що змінює візуальне сприйняття кінцевої частини слова.

Отже, колегія Апеляційної палати зазначає, що загалом порівнювані позначення викликають різне зорове сприйняття та не створюють загального враження візуальної схожості.

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 звернулась до доступних інформаційно-довідкових джерел та відомостей, зокрема наявних у мережі «Інтернет», проаналізувала доводи сторін та встановила таке.

Семантичне значення слова «Саньджо» відсутнє у тлумачних словниках та у словниках найпоширеніших мов світу, тому, на думку колегії Апеляційної палати, досліджуване позначення є фантазійним і не має визначеного смислового (семантичного) значення.

Згідно з відомостями, розміщеними в мережі «Інтернет», Саньджо, КС – це інсектицид з концентрацією діючої речовини тіаметоксам, 141 г/л + лямбда-цигалотрин, 106 г/л[3]. Зазначений препарат пропонується до продажу в інтернет-магазинах: https://agrarii-razom.com.ua[4], https://agrobiz.net[5]. Інтернет-сайт https://agronom.info містить інформацію щодо препарату Саньджо, виробництва ТОВ «КАНАСА». На ньому зазначено, що препарат є інсектицидом у формі концентрату суспензії. У його складі знаходяться діючі речовини тіаметоксам і лямбда-цигалотрин, які ефективно борються з комахами-шкідниками. Препарат застосовується для обробки посівів соняшнику в дозі 0,18 л на гектар двічі. Це дозволяє забезпечити захист рослин від можливих атак шкідників[6].

Згідно з відомостями вільної енциклопедії «Вікіпедія», наданої як доказ представником апелянта, Sandoz – фармацевтична компанія, світовий лідер у галузі генеричних лікарських засобів (генериків) та біосимілярів, препаратів для дерматології та трансплантації. Займає лідерські позиції в галузі генеричних препаратів для лікування серцево-судинних та офтальмологічних захворювань, розладів центральної нервової системи (ЦНС) та болю, а також препаратів для терапії онкологічних, респіраторних та гормональних захворювань. Свою назву компанія отримала на честь Едуарда Сандоза (фр. Édouard Constant Sandoz), одного із її засновників. Спочатку компанія займалась виготовленням промислових фарб і мала в своїй назві прізвище ще одного співзасновника Альфреда Керна – «Chemical Company Kern & Sandoz». Першою випущеною продукцією були барвники синього та червоного кольорів. Згодом Альфред Керн загинув, і одноосібне керівництво перейшло до Едуарда Сандоза, який започаткував виробництво ліків і перейменував компанію на «Sandoz».

Інформація щодо медичних препаратів компанії Sandoz, які пропонуються до продажу в Україні, розміщена, зокрема, на сайті https://tabletki.ua[7].

Відповідно до пункту 11.1.10 Методичних рекомендацій з окремих питань проведення експертизи заявки на знак для товарів і послуг, затверджених

---

[3] https://superagronom.com/derzhavniy-reyestr-pesticidiv-i-agrohimikativ?id=364&page=33

[4] https://agrarii-razom.com.ua/preparations/sandjo-ks

[5] https://agrobiz.net/sandzho-insektitsid.html

[6] https://agronom.info/p/insekticidy-akaricidy-sandzho-25359.html

7 https://tabletki.ua/uk/producer/20/

наказом Державного підприємства «Український інститут промислової власності» від 07.04.2014 № 91, зі змінами, якщо одне з порівнюваних позначень має відмінну ідею або створює в свідомості окремий чітко визначений образ, навіть у разі збігу окремих слів, то такі позначення не можуть бути визнані схожими настільки, що їх можна сплутати.

Зважаючи на те, що заявлене на реєстрацію позначення не має визначеного смислового значення, на відміну від протиставлених торговельних марок «САНДОЗ/SANDOZ, які відтворюють прізвище засновника фармацевтичної компанії SANDOZ – Едуарда Сандоза, порівнювані позначення викликають різні смислові асоціації, що не пов’язані між собою подібністю покладених у них понять та ідей.

З огляду на зазначене вище, підстави для встановлення однорідності (спорідненості) товарів 01, 05 класів МКТП заявленого позначення та зареєстрованих торговельних марок відсутні.

За результатами сукупної оцінки звукової (фонетичної), графічної (візуальної) та смислової (семантичної) ознак, заявлене позначення за заявкою № m 2021 26222 не є схожим настільки, що його можна сплутати, зокрема асоціювати, з торговельними марками за свідоцтвами України №№ 969, 88359, 91517. Отже, на заявлене позначення не поширюється підстава для відмови в наданні правової охорони, встановлена абзацом другим пункту 3 статті 6 Закону.

Згідно з абзацом шостим пункту 2 статті 6 Закону не можуть одержати правову охорону також позначення, які можуть ввести в оману щодо особи, яка виробляє товар або надає послугу.

Пунктом 4.3.1.9 Правил встановлено, що 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 знака не виключає небезпеку введення в оману споживача.

Позначення, що може ввести в оману споживача – це позначення, що не містить відомостей, які прямо не відповідають дійсності, проте реально здатне породжувати таку можливість побічно. Такі позначення асоціативно породжують у свідомості споживача помилкову, неправильну думку щодо особи виробника товарів, властивостей або інших якісних характеристик товарів або характеру послуг, географічного походження товарів або послуг тощо. Здатність ввести в оману не завжди очевидна, вона має ймовірний характер.

Колегія Апеляційної палати зауважує, що підстава для відмови в наданні правової охорони торговельній марці, пов’язана із можливістю введення в оману споживача щодо особи, яка виробляє товар або надає послугу, може бути

застосована, якщо індивідуальні характеристики заявленого позначення, зокрема окремі його елементи, можуть сприйматись як вказівка на конкретного виробника товарів або надавача послуг або здатні породжувати у свідомості споживача уявлення про певного виробника.

До позначень, здатних ввести споживача в оману щодо виробника товарів та/або послуг, можуть бути віднесені точне відтворення, імітація або наслідування відомих споживачам комерційних позначень іншого суб'єкта господарювання, незалежно від їх реєстрації як торговельної марки, якщо це може призвести до змішування з діяльністю цього суб'єкта господарювання.

Зокрема, позначення вважається таким, що може ввести в оману щодо особи, яка виробляє товар або надає послугу, якщо воно містить елементи, які вказують на певну особу, що може викликати у споживачів асоціації з виробником товарів чи надавачем послуг, які насправді не відповідають дійсності.

Небезпека введення в оману споживача відносно виробника може, зокрема, бути наслідком використання різними особами схожих торговельних марок відносно споріднених товарів і послуг, оскільки в споживача може виникнути помилкове враження про те, що споріднені товари (послуги), фактично вироблені (надані) різними особами, походять від однієї особи.

Разом з тим, встановлення наявності небезпеки введення в оману потребує оцінки сукупності обставин та належного доказового підтвердження обставин, на які посилається особа, що подає заперечення.

Для встановлення того, чи може заявлене позначення «Саньджо» породжувати у свідомості споживача асоціації, пов'язані з певним виробником, які насправді не відповідають дійсності, колегія Апеляційної палати дослідила відомості і документи, що містяться у запереченні та відзиві на заперечення.

Так, у відомостях, наданих представником апелянта до заперечення, зазначено, що компанія Sandoz є компанією № 1 у сфері біосимілярів та генеричних антибіотиків, препаратів для дерматології та трансплантації, лікування серцево-судинних захворювань та розладів центральної нервової системи, офтальмологічних захворювань, аналгетиків, препаратів для лікування онкологічних захворювань тощо. Є виробником багатьох фармацевтичних препаратів, які пропонуються до продажу на території України в різних аптечних мережах.

Згідно з інформацією, наданою представником заявника, Саньджо, КС – зареєстрований в Міністерстві охорони здоров'я України інсектицид, призначений для захисту сільськогосподарських культур від комплексу шкідників. Реалізується на території України через спеціалізовані інтернет-магазини.

Колегія Апеляційної палати встановила, що доводи апелянта щодо вірогідності введення в оману мають загальний характер та ґрунтуються переважно на припущеннях про потенційне сприйняття споживачами заявленого позначення як такого, що пов'язане з діяльністю апелянта.

Водночас апелянтом не надано належних і допустимих доказів, які б підтверджували, що серед відповідного кола споживачів сформувався сталий асоціативний зв'язок між позначенням «Саньджо» та саме апелянтом – Сандоз АГ (CH) – як єдиним джерелом комерційного походження товарів або послуг.

Зважаючи на фактичне використання на території України, відмінні вид, призначення, коло споживачів та канали реалізації товарів під торговельними марками «Саньджо» та «САНДОЗ/SANDOZ», колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що використання заявленого позначення не створює реальної небезпеки введення споживачів в оману щодо особи, яка виробляє товар, та виключає можливість формування у їхній свідомості асоціацій з діяльністю апелянта – відомою швейцарською фармацевтичною компанією Сандоз АГ.

Отже, підстава для відмови в наданні правової охорони, що встановлена абзацом шостим пункту 2 статті 6 Закону, не може бути застосована до позначення за заявкою № m 2021 26222.

Відповідно до абзацу п'ятого пункту 3 статті 6 Закону не можуть бути зареєстровані як знаки позначення, які є тотожними або схожими настільки, що їх можна сплутати із фірмовими найменуваннями, що відомі в Україні і належать іншим особам, які одержали право на них до дати подання до Установи заявки щодо таких самих або споріднених з ними товарів і послуг.

Згідно зі статтею 489 Цивільного кодексу України право інтелектуальної власності на комерційне найменування є чинним з моменту першого використання цього найменування та охороняється без обов'язкового подання заявки на нього чи його реєстрації і незалежно від того, є чи не є комерційне найменування частиною торговельної марки. Відомості про комерційне найменування можуть вноситися до реєстрів, порядок ведення яких встановлюється законом.

Позначення вважається тотожним або схожим з фірмовим (комерційним) найменуванням, що відоме в Україні і належить іншій особі, яка одержала право на нього до дати подання до Установи заявки щодо таких самих або споріднених з ними товарів і послуг, якщо щодо них наявні ознаки, визначені пунктами 4.3.2.4-4.3.2.6, 4.3.2.8 Правил. Використанням фірмового (комерційного) найменування визнається фактичне його використання в господарському обігу, зокрема: пропонування товару з нанесеним на нього фірмовим (комерційним) найменуванням для продажу, продаж, імпорт (ввезення) та експорт (вивезення); застосування його під час пропонування та надання будь-якої послуги; застосування його у будь-якому документі, публікації, рекламі тощо, використаних у господарському обігу та призначених для третіх осіб, наприклад споживача. Фірмове (комерційне) найменування вважається відомим в Україні, якщо відомості про нього доведено до загального відома як відкриту інформацію (публічно оголошено) і його використання пов'язується з конкретною (певною) особою щодо певних товарів і послуг, які є результатом господарської діяльності цієї особи.

Для з’ясування та встановлення наявності або відсутності обставин щодо відомості в Україні комерційного найменування апелянта до дати подання заявки № m 2021 26222, колегія Апеляційної палати дослідила надані представником апелянта матеріали та інші наявні у справі відомості. За результатами проведеного аналізу встановлено, що Sandoz/Сандоз – це комерційне найменування компанії, назва якої походить від прізвища її засновника – Едуарда Сандоза, та ідентифікує всесвітньовідомого швейцарського виробника фармацевтичних препаратів і асоціюється з медициною.

Торговельна марка «Саньджо» сприймається як фантазійна назва щодо товару – інсектицид (засіб від шкідників) та відома переважно серед цільової аудиторії аграріїв та фермерів, а отже, не викликає у споживача жодних асоціацій зі швейцарською фармацевтичною компанією, яка спеціалізується на виробництві ліків для людей. Крім того, агрохімічні препарати мають спеціальне пакування з попереджувальними знаками, реалізуються в спеціалізованих магазинах для фермерів, садових центрах, що унеможливлює випадкове придбання препарату під торговельною маркою «Саньджо» замість продукції компанії Sandoz/Сандоз.

На підставі проведеної сукупної оцінки звукової (фонетичної), графічної (візуальної) та смислової (семантичної) ознак порівнюваних позначень, зважаючи на різне цільове призначення товарів, які маркуються порівнюваними позначеннями, різні канали збуту препаратів апелянта та заявника, колегія Апеляційної палати констатує, що ризик сплутування комерційного найменування апелянта Sandoz/Сандоз та заявленого позначення «Саньджо» пересічним споживачем є маловірогідним.

Дослідивши матеріали заперечення, колегія Апеляційної палати вважає, що підстава для відмови в реєстрації, яка встановлена абзацом п’ятим пункту 3 статті 6 Закону, не поширюється на позначення «Саньджо» за заявкою № m 2021 26222.

Зважаючи на викладене вище, колегія Апеляційної палати дійшла висновку про відсутність підстав для скасування рішення УКРНОІВІ від 18.09.2023 про реєстрацію торговельної марки «Саньджо» за заявкою № m 2021 26222.

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 23.11.2023 № 17768, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 04.01.2024 за № 21/41366, колегія Апеляційної палати

в и р і ш и л а:

1. Відмовити Сандоз АГ (CH) у задоволенні заперечення повністю.
2. Рішення УКРНОІВІ від 18.09.2023 про реєстрацію торговельної марки «Саньджо» за заявкою № m 2021 26222 залишити чинним.

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.

Головуючий колегії А. І. Гостєва
Члени колегії В. Б. Фінагіна
В. Д. Єсєв

44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/40-26 від
09.04.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Гостєва А. І. 09.04.2026 09:09
04AF212836405D990400
00008B2B3D0052A2EC00

44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/40-26 від
09.04.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Єсєв В. Д. 08.04.2026 17:11
3FAA9288358EC0030400
0000BFB13A00E41DDE00

44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/40-26 від
09.04.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Фінагіна В. Б. 07.04.2026 16:38
3FAA9288358EC0030400
0000A7A43A00F09ADD00