

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ УКРНОІВІ
11.06.2026 № 151/2026



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

22 квітня 2026 року

Колегія Апеляційної палати Національного органу інтелектуальної власності, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Білоцьким В. В. від 20.11.2025 № Р-АП/223-25, у складі головуючого Горбик Ю. А. та членів колегії Єсєва В. Д., Шатової І. О., за участю секретаря засідання Лазарець І. М., розглянула заперечення Інтел Корпорейшн (US) проти рішення УКРНОІВІ про реєстрацію торговельної марки «INTELMAG, комб.» за заявкою № m 2022 02523, заявник – Лупич Костянтин Юрійович.

Представник апелянта – Карлаш Ю. І.
Представник заявника – Черепов Л. В.
Представник УКРНОІВІ – Гончарова Н. В.

Заперечення апелянта – Інтел Корпорейшн (US) (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 03.09.2025 про

INTELMAG

реєстрацію торговельної марки **INTELMAG** відносно всього переліку послуг 35, 36 та 42 класів Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП) за заявкою № m 2022 02523, прийнятим на підставі висновку експертизи про відповідність заявленого позначення умовам надання правової охорони.

Апелянт вважає, що заявлене позначення відносно всього переліку послуг 35, 36 та 42 класів МКТП не відповідає умовам надання правової охорони, визначеним пунктами 2 і 3 статті 6 Закону, а саме: заявлене позначення є схожим з торговельними марками апелянта за свідоцтвами № 26229 від 15.08.2002, № 28012 від 15.11.2002, № 51090 від 15.07.2005, № 88497 від 11.03.2008 та № 187793 від 10.07.2014 для таких самих або споріднених товарів і послуг, а також з торговельними марками «INTEL»/«ИНТЕЛ», визнаними добре відомими в Україні на ім'я Інтел Корпорейшн (US) за рішенням Господарського суду м. Києва від 19.07.2006 щодо таких самих або споріднених товарів і послуг та щодо неспоріднених товарів і послуг, якщо використання торговельної марки іншою особою щодо таких неспоріднених товарів і послуг свідчитиме про зв'язок між ними і власником добре відомої торговельної марки та може завдати шкоди інтересам такого власника; є схожим настільки, що його можна сплутати, зокрема асоціювати, з комерційними найменуваннями, що відомі в Україні і належить апелянту, який одержав право на нього до дати подання до НОІВ заявки щодо таких же або споріднених товарів і послуг; є таким, що може ввести в оману щодо особи, яка виробляє товар або надає послуги.

Як доводи проти реєстрації заявленого позначення апелянт наводить наступні відомості.

Апелянт зазначає, що він є власником таких торговельних марок:

INTEL

за свідоцтвом від 15.08.2002 № 26229 для товарів 09, 16 класів та послуг 38, 42 класів МКТП;

INTEL

за свідоцтвом від 15.11.2002 № 28012 для товарів 25 класу та послуг 42 класу МКТП;

ИНТЕЛ ИНСАЙД

за свідоцтвом від 15.07.2005 № 51090 для товарів 09, 16 класів та послуг 38, 41, 42 класів МКТП;

intel

за свідоцтвом від 11.03.2008 № 88497 для товарів 16 класу та послуг 38, 41, 42 класів МКТП;



Look Inside

за свідоцтвом від 10.07.2014 № 187793 для товарів 09 класу та послуг 41, 42 класів МКТП;

INTEL, яка визнана добре відомою в Україні відносно Інтел Корпорейшн (US) для товарів 09, 16, 25, 28 класів та послуг 36, 38, 40, 41, 42 класів МКТП, станом на 25.07.1997;

ИНТЕЛ, яка визнана добре відомою в Україні відносно Інтел Корпорейшн (US) для товарів 09, 16, 25, 28 класів та послуг 36, 38, 40, 41, 42 класів МКТП, станом на 25.07.1997.

Апелянт провів порівняльний аналіз заявленого позначення «INTELMAG» та протиставлених торговельних марок за критеріями схожості та зазначає таке.

За звуковою (фонетичною) ознакою порівнювані позначення є схожими, оскільки заявлене позначення повністю включає словесний елемент серії протиставлених торговельних марок «INTEL», який є домінуючим у його структурі. Додатковий словесний елемент «MAG», що розміщений наприкінці, на думку апелянта, не змінює загального звукового враження від позначення.

За графічною (візуальною) ознакою порівнювані позначення схожі за загальним зоровим враженням через наявність в порівнюваних позначеннях елемента «INTEL», видом шрифту (стандартний), графічним написанням словесних елементів (літери друковані та заголовні). Водночас наявність графічних елементів та закінчення «MAG», на думку апелянта, не усуває загального враження схожості позначень.

На підтвердження своїх доводів апелянт посилається на практику Апеляційної палати НОІВ, у якій встановлено, що додаткові словесні чи графічні елементи не усувають схожості за домінуючим елементом.

Семантична схожість визначається тим, що заявлене позначення «INTELMAG» викликає асоціацію з торговельними марками «INTEL»/«ИНТЕЛ», які є добре відомими в Україні на ім'я Інтел Корпорейшн (US). На думку апелянта, споживач може сприймати заявлене позначення як розширення або суббренд серії торговельних марок, які включають словесний елемент «INTEL».

Крім того, апелянт провів порівняльний аналіз послуг 35, 36 та 42 класів МКТП, для яких заявлено позначення за заявкою № m 2022 02523, з товарами та послугами, щодо яких надано правову охорону його торговельним маркам, і зазначив, що послуги 42 класу МКТП є ідентичними або спорідненими, а послуги 35 та 36 класів – спорідненими з відповідними товарами та послугами апелянта. Водночас апелянт зазначив, що навіть у разі визнання окремих заявлених послуг неспорідненими це, на його думку, не виключає наявності конфлікту з добре відомими торговельними марками «INTEL»/«ИНТЕЛ», що належать Інтел Корпорейшн (US).

З урахуванням Спільної рекомендації про положення щодо охорони добре відомих знаків, прийнятої Асамблеєю Паризького союзу про охорону промислової власності та Генеральною асамблеєю Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ) на 34 серії засідань Асамблеї держав-членів ВОІВ 20-29 вересня 1999 року (далі – Спільна рекомендація) апелянт зазначає, що використання заявленого позначення «INTELMAG, комб.» може викликати у свідомості споживачів виникнення асоціативного зв'язку з Інтел Корпорейшн (US), формувати уявлення про належність позначення до серії торговельних марок або про наявність комерційного зв'язку з апелянтом, а також призводити до послаблення розрізняльної здатності та неправомірного використання репутації добре відомих торговельних марок, що потенційно може завдати шкоди інтересам їх власника.

Додатково апелянт вказав на схожість заявленого позначення з його комерційним найменуванням «INTEL», яке є відомим на території України. Апелянт здійснює підприємницьку діяльність на території України з 1993 року і до цього часу безперервно використовує своє комерційне найменування в усіх аспектах своєї діяльності.

Також апелянт вважає, що заявлене за заявкою № т 2022 02523 позначення є таким, що може ввести в оману щодо особи, яка виробляє товар або надає послуги, і обґрунтовує свої твердження таким.

Інтел Корпорейшн (US) – найбільша в світі компанія-виробник напівпровідникових елементів та пристроїв, відома як розробник та виробник x86-серії мікропроцесорів, процесорів для IBM-сумісних персональних комп'ютерів, яка заснована у 1968 році. На вебсайті компанії Інтел Корпорейшн (US) (за посиланням: <https://www.intel.com/content/www/us/en/homepage.html>) представлена інформація про її продукти, марковані, зокрема, торговельними марками «Intel» та торговельними марками, до складу яких входить елемент «Intel», що поділені за категоріями:

Products (товари) – процесори, система та пристрої, серверна продукція, FPGA та програмовані пристрої, структуровані інтегральні схеми ASIC, набори мікросхем, графічні процесори, пам'ять та зберігання даних, бездротові рішення, продукція для мереж Ethernet;

Solutions (комплексні рішення) для таких галузей, як автомобільна промисловість, освіта, енергетика, фінансові послуги, урядування, охорона здоров'я та науки про життя, виробництво, роздрібна торгівля, телекомунікації тощо;

Support (продукти підтримки) – центр завантаження драйверів та програмного забезпечення;

Developers (продукти для розробників) – центр завантаження програмного забезпечення.

Компанія Інтел Корпорейшн (US) проводить освітні ініціативи, зокрема в Україні, наприклад Intel® ISEF56, Intel® «Навчання для майбутнього», програма Intel® «Шлях до успіху», програма Intel® «1 учень – 1 комп'ютер».

Новини про діяльність компанії Інтел Корпорейшн (US) публікуються на українських новинних та спеціалізованих інформаційних ресурсах, зокрема: <https://itc.ua/>, <https://ain.ua>, <https://tech.24tv.ua/>.

Продукція компанії представлена на вебсайтах мереж магазинів техніки, електроніки та комп'ютерної техніки, зокрема: <https://www.moyo.ua/ua/>, <https://comfy.ua/ua/>, <https://y.ua/uk/>, <https://www.foxtrot.com.ua/uk>, <https://allo.ua/>, <https://www.citrus.ua/>, <https://rozetka.com.ua/ua/>, <https://itmag.ua/>, <https://epicentrk.ua/>, <https://brain.com.ua/ukr/>.

Крім того, апелянт зазначив, що він є власником зареєстрованих в Україні торговельних марок, що містять елемент «INTEL» та «ИНТЕЛ», за свідоцтвами № 7452, № 7935, № 10426, № 10427, № 19546, № 25888, № 34143, № 73664, № 80354, № 86838, № 122843, № 122895, № 295881, № 288430, № 203789, № 292025, № 206456, № 213153 та міжнародними реєстраціями № 888112, № 960058, № 1178861 відносно товарів 09, 10, 14, 16, 25, 28, класів та послуг 38, 41, 42, 45 класів МКТП. Також торговельні марки «INTEL»/«ИНТЕЛ» за рішенням Господарського суду м. Києва визнані добре відомими в Україні з 25.07.1997 відносно Інтел Корпорейшн (US) для товарів 09, 16, 25, 28 класів та послуг 36, 38, 40, 41, 42 класів МКТП.

Активне і тривале використання торговельної марки «INTEL» на території України зумовило набуття нею високої розрізняльної здатності та стійкої асоціації у споживачів з товарами та послугами саме Інтел Корпорейшн (US). У зв'язку з цим використання заявленого позначення «INTELMAG, комб.» за заявкою № т 2022 02523 щодо всіх заявлених послуг 35, 36 та 42 класів МКТП, на думку апелянта, створює реальну небезпеку введення споживачів в оману щодо їх комерційного походження.

З огляду на викладене, апелянт просить скасувати рішення УкрНОІВІ від 03.09.2025 та відмовити заявнику у реєстрації позначення «INTELMAG, комб.» за заявкою № т 2022 02523 відносно усього переліку послуг 35, 36 та 42 класів МКТП.

В обґрунтування своєї позиції представник УкрНОІВІ зазначив, що експертиза заявленого позначення проводилась відповідно до Закону та 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).

Під час проведення експертизи 01.11.2022 було подано мотивоване заперечення від Інтел Корпорейшн (US) щодо невідповідності наведеного в заявці позначення умовам надання правової охорони.

08.05.2023 експертом отримано мотивовану відповідь заявника на заперечення, в якій наведено доводи щодо відсутності схожості заявленого позначення з протиставленими торговельними марками до ступеня змішування,

а також щодо відсутності підстав вважати, що використання заявленого позначення може вводити споживачів в оману.

08.12.2023 заявнику було надіслано повідомлення (Вих. № 231928/ЗМ/23) про можливу відмову в реєстрації торговельної марки відносно усього переліку товарів і/або послуг, оскільки заявлене комбіноване позначення:

1) для всіх послуг 42 класу та послуг 35 класу, як пов'язаних із введенням у цивільний оборот вищевказаних послуг, що зазначені у наведеному в матеріалах заявки переліку, схоже настільки, що його можна сплутати з:

словесною торговельною маркою «INTEL» (свідоцтво № 26229 від 15.08.2002, заявка № 98072877 від 22.07.1998),

словесною торговельною маркою «INTEL» (свідоцтво № 28012 від 15.11.2002, заявка № 2000031114 від 20.03.2000),

словесною торговельною маркою «intel» (свідоцтво № 331699 від 19.04.2023, заявка № m 2020 19493 від 21.09.2020),

комбінованою торговельною маркою «intel» (свідоцтво № 88497 від 11.03.2008, заявка № m 200 516024 від 23.12.2005),

раніше зареєстрованими в Україні на ім'я Інтел Корпорейшн (US) щодо споріднених послуг 42 класу;

2) для всіх послуг 36 та 42 класів, що зазначені у наведеному в матеріалах заявки переліку, схоже настільки, що його можна сплутати з:

словесною торговельною маркою «ИНТЕЛ», яка станом на 25.07.1997 визнана добре відомою в Україні щодо Інтел Корпорейшн (US),

словесною торговельною маркою «INTEL», яка станом на 25.07.1997 визнана добре відомою в Україні щодо Інтел Корпорейшн (US). Рішення Господарського суду м. Києва від 19.07.2006 у справі № 21/292, що набрало законної сили 04.12.2006 з урахуванням ухвали цього суду 04.03.2011, для послуг 36 та 42 класів.

14.08.2025 одержано відповідь заявника на повідомлення про можливу відмову в реєстрації торговельної марки, у якій заявник навів доводи на користь реєстрації заявленого позначення.

Під час проведення кваліфікаційної експертизи було розглянуто мотивоване заперечення апелянта та відповідь заявника. Доводи, наведені апелянтом у запереченні, враховано не було, оскільки наведені заявником аргументи й документально підтверджені відомості були визнані обґрунтованими, що дало підстави вважати, що заявлене позначення відповідає умовам надання правової охорони.

На підставі висновку експертизи від 03.09.2025 (Вих. № 228583/ЗМ/25) про відповідність позначення умовам надання правової охорони, УКРНОІВІ було прийнято рішення про реєстрацію торговельної марки «INTELMAG, комб.» за заявкою № m 2022 02523 щодо всіх заявлених послуг 35, 36 та 42 класів МКТП.

Заявник – Лупич К. Ю., не погоджується з доводами апелянта щодо невідповідності заявленого позначення умовам надання правової охорони та повністю підтримує рішення УКРНОІВІ від 03.09.2025 про надання правової

охорони торговельній марці «INTELMAG, комб.» за заявкою № т 2022 02523 відносно усього переліку послуг.

22.12.2025 від заявника надійшов відзив на заперечення, в якому він не погоджується з доводами апелянта з огляду на таке.

Заявлене за заявкою № т 2022 02523 позначення «INTELMAG, комб.» та протиставлені торговельні марки апелянта відрізняються між собою за фонетичними ознаками, зокрема за звуковим складом, розташуванням звуків і звукосполучень, кількістю складів, наголосом та загальним ритмом та інтонацією.

Також позначення не є подібними за графічними (візуальними) ознаками, оскільки відрізняються загальним зоровим враженням, видом шрифту, характером написання, стилізацією та розташуванням літер. Візуальне сприйняття позначень є різним і не створює враження схожості.

Порівнювані позначення також відрізняються і за семантичними (смысловими) ознаками. На думку заявника, заявлене позначення «INTELMAG» є самостійним фантазійним позначенням, утвореним від слів «intellect» (від лат. intellectus «відчуття», «сприйняття», «розуміння») та «magazine» (у перекладі з англійської на українську мову означає «журнал»), що зумовлює його окреме смислове сприйняття та семантично відрізняє його від торговельних марок апелянта, які включають словесний елемент «INTEL».

Отже, між порівнюваними позначеннями, на думку заявника, відсутня як фонетична, так і графічна та семантична схожість, що виключає можливість їх змішування у сприйнятті споживача.

Також заявник зазначив, що діяльність компанії Інтел Корпорейшн (US) пов'язана насамперед із виробництвом мікропроцесорів, напівпровідникової продукції та інших товарів 09 класу МКТП, тоді як заявлене позначення подано щодо послуг 35, 36 та 42 класів МКТП, які, на думку заявника, не є спорідненими з товарами апелянта за своїм характером, призначенням та сферою використання. У зв'язку з цим заявник вважає, що використання заявленого позначення «INTELMAG, комб.» не створюватиме у споживача асоціації з компанією Інтел Корпорейшн (US), її діяльністю чи комерційним найменуванням та не вводитиме в оману щодо особи надавача послуг.

Крім того, заявник ставить під сумнів достатність підстав для поширення доброї відомості торговельних марок «INTEL» та «ИНТЕЛ» на неспоріднені товари і послуги 16, 25, 28, 36, 38, 40, 41 та 42 класів МКТП, оскільки у відповідних судових рішеннях, на думку заявника, відсутній належний аналіз критеріїв доброї відомості, передбачених чинним законодавством.

Також заявник вважає, що заявлене позначення не відтворює комерційне найменування апелянта у цілому, а словесний елемент «INTEL» використовується у складі самостійного фантазійного позначення «INTELMAG», що виключає схожість із комерційним найменуванням апелянта до ступеня змішування.

Ураховуючи наведене, заявник просить відмовити компанії Інтел Корпорейшн (US) у задоволенні заперечення та залишити чинним рішення

УКРНОІВІ від 03.09.2025 про надання правової охорони торговельній марці «INTELMAG, комб.» за заявкою № т 2022 02523.

22.12.2025 від заявника надійшло клопотання (№ Вх-74111/2025) про долучення до матеріалів заперечення досліджень щодо відомості торговельних марок, які містять у складі спільнокореневого морфему «Intel».

19.03.2026 та 17.04.2026 від заявника надійшли додаткові пояснення, в яких він виклав аналогічні пояснення, що й у відзиві від 22.12.2025.

30.03.2026 від заявника надійшла заява (№ Вх-21980/2026) про скорочення переліку послуг.


22.04.2026 від заявника надійшли додаткові пояснення до відзиву, в яких він звернув увагу на постанову Великої Палати Верховного Суду від 17.04.2024 у справі № 910/13988/20 (провадження № 12-3гс23) (далі – постанова Великої Палати), відповідно до якої визнання торговельної марки добре відомою судом у позовному провадженні є встановленням юридичного факту, необхідного для вирішення спору між конкретними сторонами, та має значення *inter partes*, тобто лише для учасників відповідної справи, а не *erga omnes* щодо необмеженого кола осіб. Велика Палата Верховного Суду також зазначила, що визнання торговельної марки добре відомою судом не є способом набуття прав на торговельну марку та не може розглядатися як універсальне підтвердження добре відомого статусу знака для всіх осіб і всіх правовідносин.

Крім того, перелік добре відомих в Україні торговельних марок, який ведеться НОІВ, має інформаційний характер і сам по собі не визначає обсяг правової охорони торговельної марки.

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 УКРНОІВІ 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 13.11.2025 № Вх-66086/2025), відзиві заявника (від 22.12.2025 № Вх-74109/2026), клопотанні заявника (від 22.12.2025 № Вх-74111/2025), додаткових поясненнях до відзиву заявника (вх. від 19.03.2026 № 2565-09/2026, вх. від 17.04.2026 № 3744-/2026, від 22.04.2026 № Вх-28137/2026), електронних копіях матеріалів заявки № т 2022 02523, та встановила таке.




Заявлене на реєстрацію позначення  є комбінованим, складається зі словесного і зображувальних елементів. Словесний елемент «INTELMAG» виконаний стандартним шрифтом заголовними літерами латиниці. Над словесним елементом розташовано дві горизонтальні лінії чорного кольору, а під ним – дві горизонтальні лінії та крапка чорного кольору, що утворюють графічне обрамлення позначення.

Позначення подано на реєстрацію відносно послуг 35, 36 та 42 класів МКТП.

INTEL


Протиставлена торговельна марка  за свідоцтвом від 15.08.2002 № 26229 є словесною, відтвореною стандартним шрифтом заголовними літерами латиниці.

Торговельна марка зареєстрована відносно послуг 38 та 42 класів МКТП.

Протиставлена торговельна марка  за свідоцтвом від 15.11.2002 № 28012 є словесною, відтвореною стандартним шрифтом заголовними літерами латиниці.


Торговельна марка зареєстрована відносно товарів 25 класу та послуг 42 класу МКТП.

ИНТЕЛ ИНСАЙД

Протиставлена торговельна марка  за свідоцтвом від 15.07.2005 № 51090 є словесною, відтвореною стандартним шрифтом заголовними літерами кирилиці.


Торговельна марка зареєстрована відносно товарів 09, 16 класів та послуг 38, 41, 42 класів МКТП.



Протиставлена торговельна марка  за свідоцтвом від 11.03.2008 № 88497 є комбінованою, складається зі словесного та зображувального елементів. Словесний елемент «intel» виконаний стилізованими рядковими літерами латиниці. Навколо словесного елемента розміщено графічний елемент у вигляді незамкненої овальної лінії різної товщини, що охоплює слово та створює зорове обрамлення позначення.

Торговельна марка зареєстрована відносно товарів 16 класу та послуг 38, 41, 42 класів МКТП.



Протиставлена торговельна марка  Look Inside за свідоцтвом від 10.07.2014 № 187793 є комбінованою, складається зі словесного та зображувального елементів. Основний словесний елемент «intel» виконаний стилізованими

рядковими літерами латиниці. Навколо словесного елемента розміщено графічний елемент у вигляді незамкненої овальної лінії різної товщини, що охоплює слово та створює зорове обрамлення позначення. Під основним позначенням розташовано додатково словосполучення «Look Inside», виконане стандартним шрифтом літерами латиниці, де перші літери слів є заголовними, інші – рядкові.

Торговельна марка зареєстрована відносно товарів 09 класу та послуг 41, 42 класів МКТП.

Протиставлена торговельна марка **INTEL**, яка визнана добре відомою в Україні відносно Інтел Корпорейшн (US) для товарів 09, 16, 25, 28 класів та послуг 36, 38, 40, 41, 42 класів МКТП, станом на 25.07.1997, є словесною, виконана стандартним шрифтом заголовними літерами латиниці.

Протиставлена торговельна марка **ИНТЕЛ**, яка визнана добре відомою в Україні відносно Інтел Корпорейшн (US) для товарів 09, 16, 25, 28 класів та послуг 36, 38, 40, 41, 42 класів МКТП, станом на 25.07.1997, є словесною, виконана стандартним шрифтом заголовними літерами кирилиці.

30.03.2026 від заявника надійшло клопотання про скорочення переліку заявлених послуг 42 класу МКТП.

З огляду на зазначене, розгляд заперечення по суті здійснювався колегією Апеляційної палати у межах мотивів, викладених у запереченні, з урахуванням скороченого заявником переліку послуг 42 класу МКТП.

Відповідно до абзаців другого-четвертого 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; торговельними марками інших осіб, якщо такі торговельні марки охороняються без реєстрації на території України на підставі міжнародних договорів України, зокрема торговельними марками, визнаними добре відомими відповідно до статті 6 bis Паризької конвенції про охорону промислової власності від 20.03.1883 (далі – Паризька конвенція) щодо таких самих або споріднених з ними товарів і послуг; торговельними марками інших осіб, якщо такі торговельні марки охороняються без реєстрації на території України на підставі міжнародних договорів України, зокрема торговельними марками, визнаними добре відомими відповідно до статті 6 bis Паризької конвенції щодо неспоріднених товарів і послуг, якщо використання торговельної марки іншою особою щодо таких неспоріднених товарів і послуг свідчатиме про зв'язок між ними і власником добре відомої торговельної марки та може завдати шкоди інтересам такого власника.

Пунктом (1) статті 6 bis Паризької конвенції встановлено, що країни Союзу зобов'язуються чи з ініціативи адміністрації, якщо це допускається

законодавством даної країни, чи за клопотанням зацікавленої особи відхиляти або визнавати недійсною реєстрацію і забороняти застосування товарного знака, що становить відтворення, імітацію чи переклад іншого знака, здатні викликати змішування зі знаком, що за визначенням компетентного органу країни реєстрації чи країни застосування вже є у цій країні загальновідомим як знак особи, що користується привілеями цієї Конвенції, і використовується для ідентичних або подібних продуктів. Це положення поширюється і на ті випадки, коли істотна складова частина знака становить відтворення такого загальновідомого знака чи імітацію, здатну викликати змішування з ним.

Згідно з пунктом 1 статті 4 Спільної рекомендації, знак знаходиться у протиріччі з загальновідомим знаком, якщо цей знак або його суттєва частина являє відтворення чи імітацію загальновідомого знака.

Згідно з пунктом 2 цієї статті, якщо національне законодавство дозволяє третім особам заперечувати проти реєстрації знака, то підставою для такого заперечення є суперечливість з добре відомим знаком відповідно до пункту 1 (а) статті 4 Спільної рекомендації.

Цим пунктом також визначено, що знак суперечить добре відомому знаку, якщо цей знак або його суттєва частина є відтворенням, імітацією, перекладом або транслітерацією добре відомого знака, що може призвести до сплутування у разі, якщо цей знак використовується або заявлений на реєстрацію, або зареєстрований для товарів і/або послуг, що є тотожними або схожими з товарами і/або послугами, для яких використовується добре відомий знак.

Водночас охорона поширюється також на товари і послуги, що не споріднені з тими, для яких знак визнано добре відомим в Україні, якщо використання цього знака іншою особою стосовно таких товарів і послуг вказуватиме на зв'язок між ними та власником добре відомого знака і його інтересам, ймовірно, буде завдано шкоди таким використанням.

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.

При проведенні порівняльного аналізу заявленого позначення та протиставлених апелянтом торговельних марок колегія Апеляційної палати встановила таке.

Звукова (фонетична) схожість заявленого позначення та протиставлених торговельних марок, обумовлена схожістю звучання спільного словесного елемента «INTELL», «ИНТЕЛ», «INTEL», що входить до складу усіх порівнювальних позначень. Водночас заявлене позначення містить закінчення

«mag/mag», а торговельні марки за свідоцтвами № 187793 та № 51090 – додаткові словесні елементи «Look Inside» та «ИНСАЙД», унаслідок чого порівнювані позначення відрізняються за кількістю складів, загальним звучанням, ритмом та інтонацією.

Щодо візуальної (графічної) схожості колегія Апеляційної палати зазначає, що заявлене позначення «INTELMAG, комб.» та протиставлені торговельні марки схожі наявністю спільного словесного елемента «INTEL/ИНТЕЛ». Водночас порівнювані позначення відрізняються загальною композицією, кількістю літер, графічним оформленням, стилем написання словесних елементів, використанням різних алфавітів (кирилиці у торговельній марці за свідоцтвом № 51090 та торговельній марці, визнаній добре відомою за рішенням суду), а також наявністю додаткових словесних та зображувальних елементів у заявленому позначенні та протиставлених торговельних марках за свідоцтвами № 51090, № 88497 та № 187793.

Загалом порівнювані позначення викликають різне зорове сприйняття та не створюють загального враження візуальної схожості.

З метою визначення семантичного значення заявленого позначення та протиставлених торговельних марок, колегія Апеляційної палати звернулася до доступних інформаційних джерел та встановила таке.

Слово «intel» в англійській мові використовується як скорочення від слова «intelligence»¹ та означає «інформація»².

Слово «ИНТЕЛ» є транслітерацією англійського слова «INTEL».

Словесний елемент «Look Inside» у перекладі на українську мову означає «подивись всередину»³.

Словесний елемент «INTELMAG» утворений шляхом поєднання словесних частин «intel» та «mag», які в сукупності не утворюють чіткого лексичного значення, та відсутній у словниках як самостійне слово. У зв'язку з цим позначення «INTELMAG» у цілому сприймається як фантазійне або штучно утворене слово, асоціативне сприйняття якого не є сталим.

Отже, порівнювані позначення відрізняються за своїм семантичним сприйняттям, оскільки заявлене позначення є фантазійною словесною конструкцією без чіткого смислового значення, тоді як протиставлені торговельні марки формують інші смислові та асоціативні уявлення у споживача, що знижує ймовірність їх семантичного змішування.

За результатами фонетичного, візуального та семантичного аналізу колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що порівнювані позначення мають окремі ознаки схожості, зумовлені наявністю спільного елемента «INTEL/ИНТЕЛ», однак у цілому відрізняються за загальним враженням та не є схожими настільки, щоб їх можна було сплутати або асоціювати між собою.

Колегія Апеляційної палати враховує, що протиставлені торговельні марки «INTEL», «ИНТЕЛ» є добре відомими в Україні та мають підвищений ступінь

¹ https://www.oed.com/dictionary/intel_n

² <https://www.deepl.com/uk/translator>

³ <https://www.deepl.com/uk/translator>

розрізняльної здатності та впізнаваності у сфері інформаційних технологій та цифрових сервісів.

Водночас сама по собі наявність у заявленому позначенні спільного словесного елемента «INTEL/ІНТЕЛ» за відсутності спорідненості товарів і послуг не є безумовною підставою для відмови у наданні правової охорони заявленому позначенню.

Колегія Апеляційної палати враховує, що поширення правової охорони добре відомої торговельної марки на неспоріднені товари і послуги можливе за умови встановлення ймовірності виникнення у споживачів зв'язку між заявленим позначенням та власником добре відомої торговельної марки, а також ймовірності завдання шкоди інтересам такого власника.

У даному випадку визначальне значення для оцінки наявності підстав для відмови у реєстрації має саме спорідненість частини заявлених послуг зі сферою діяльності, щодо якої протиставлені торговельні марки набули широкої відомості та правової охорони.

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 35, 36 та 42 класів МКТП охоплював широкий спектр рекламних, маркетингових, адміністративних, фінансових, інформаційно-технологічних, науково-дослідних та інших послуг, частина яких за своїм характером, сферою застосування, функціональним призначенням та колом споживачів є спорідненими з товарами і послугами, для яких зареєстровані торговельні марки «INTEL», «INTEL», «ИНТЕЛ ИНСАЙД», «intel, комб.» та «intel Look Inside, комб.», а також визнані добре відомими торговельні марки «INTEL» та «ИНТЕЛ».

Під час розгляду заперечення заявником було скорочено перелік заявлених послуг 42 класу МКТП. Водночас колегія Апеляційної палати зазначає, що саме

по собі скорочення заявником переліку послуг не є достатньою підставою для реєстрації заявленого позначення щодо всіх зазначених послуг.

У результаті аналізу скороченого заявником переліку послуг колегією Апеляційної палати встановлено, що заявником було виключено частину послуг 42 класу МКТП у сфері аналізування, моніторингу, проєктування та обслуговування комп'ютерних систем і програмного забезпечення, а також окремі послуги у сфері кібербезпеки та захисту даних.

Водночас у переліку залишилися численні послуги, безпосередньо пов'язані зі сферою інформаційних технологій, програмного забезпечення, цифрових платформ, вебтехнологій та оброблення даних, зокрема у 35 класі МКТП: збирання інформації у комп'ютерні бази даних; комп'ютеризоване ведення справ; маркетинг у рамках робіт з видання програмного забезпечення; оновлювання та ведення даних у комп'ютерних базах даних; послуги з оптимізації графіку вебсайтів; пошук даних у комп'ютерних файлах для інших рекламування через комп'ютерну мережу в режимі онлайн; послуги магазинів роздрібної торгівлі, підприємствами оптової торгівлі за допомогою каталогів пошуків торгівлі або електронних засобів; розміщування в одному місці, на користь іншим особам різноманітних продуктів харчування та напоїв, яке дає змогу покупцям зручно оглядати і купувати ці товари в оптових та роздрібних магазинах, супермаркетах, мережі фірмових магазинів, інтернет магазинах або за допомогою електронних засобів; розміщування в мережі «Інтернет» на вебсторінках і на вебсайтах рекламної інформації щодо різноманітних товарів та переліку надаваних послуг, що дозволяє покупцям зручно замовляти та купувати ці товари і замовляти послуги з вебсторінок і вебсайтів в інтернеті, а також отримувати необхідну інформацію; систематизування інформації у комп'ютерні бази даних; у 42 класі МКТП: проєктування та розроблення комп'ютерного апаратного і програмного забезпечення; відновлювання комп'ютерних даних; дистанційне резервне копіювання даних; досліджування у сфері телекомунікаційних технологій; дублювання комп'ютерних програм; електронне зберігання даних; електронний моніторинг інформації щодо ідентифікації особи для виявлення крадіжок персональних даних через мережу «Інтернет»; електронний моніторинг операцій за кредитними картками для виявлення шахрайства через мережу «Інтернет»; забезпечування інформацією щодо комп'ютерних технологій та програмування за допомогою вебсайтів; забезпечування пошуковими засобами для інтернету; засівання хмар; інжиніринг; інформаційно-технологічні послуги, що надаються на основі аутсорсингу; комп'ютерне програмування; конвертування даних або документів з фізичних носіїв на електронні; конвертування даних і комп'ютерних програм, крім фізичного перетворювання; консультування з комп'ютерних технологій; консультування з телекомунікаційних технологій; консультування щодо безпеки в мережі «Інтернет»; консультування щодо безпеки даних; консультування щодо інформаційних технологій (ІТ); консультування щодо комп'ютерного програмного забезпечення; консультування щодо комп'ютерної безпеки; консультування щодо проєктування та розроблення комп'ютерного апаратного

забезпечення; консультування щодо розроблення вебсайтів; контролювання якості; метеорологічне інформування; моніторинг комп'ютерних систем для виявлення несанкціонованого доступу до витоку даних; платформа як послуга (PaaS); послуги з аутентифікації користувачів, що використовують технології для виконання комерційних операцій в електронній торгівлі; послуги з аутентифікації користувачів, що використовують технології єдиного входу для онлайн-ових програмних додатків; послуги щодо захисту від комп'ютерних вірусів; програмне забезпечення як послуга (SaaS); прокат вебсерверів; прокат комп'ютерів; прокат комп'ютерного програмного забезпечення; розроблення комп'ютерних платформ; розроблення програмного забезпечення в рамках робіт видання програмного забезпечення; створювання та обслуговування вебсайтів для інших; створювання і розроблення каталогів інформації на основі вебсайтів для інших (послуги у сфері інформаційних технологій); хмарне обчислювання даних; хостинг серверів.

Водночас колегія Апеляційної палати зазначає, що видалення заявником лише частини послуг у 42 класу МКТП з переліку не виключає спорідненості решти послуг 35 та 42 класів МКТП із послугами та напрямками діяльності, щодо яких охороняються протиставлені торговельні марки.

Колегія Апеляційної палати вважає, що спільний словесний елемент «INTEL/ІНТЕЛ», який входить до складу заявленого позначення, протиставлених торговельних марок апелянта, а також торговельних марок, визнаних добре відомими в Україні, має стійкі асоціації зі сферою інформаційних технологій, комп'ютерного програмного забезпечення, електронних систем та цифрових сервісів. У зв'язку з цим послуги, що залишилися у переліку і стосуються інформаційно-технологічної сфери, програмування, цифрових платформ, вебтехнологій, хмарних сервісів, кібербезпеки, оброблення даних тощо, за своїм характером, функціональним призначенням, сферою застосування та колом споживачів є спорідненими з послугами, для яких зареєстровані протиставлені торговельні марки апелянта.

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 вищенаведених послуг з переліку, щодо якого заявлене позначення може бути зареєстроване.

Отже, заявлене позначення «INTELMAG, комб.» може бути зареєстроване лише щодо послуг 35, 36 та 42 класів МКТП, які не належать до сфери інформаційних технологій, комп'ютерного програмного забезпечення, цифрових сервісів, вебтехнологій, телекомунікаційних технологій, кібербезпеки, хмарних технологій та оброблення даних та за характером, призначенням, сферою застосування та колом споживачів не є спорідненими з товарами і послугами, для яких зареєстровані торговельні марки «INTEL», «INTEL», «ИНТЕЛ ИНСАЙД», «intel, комб.» та «intel Look Inside, комб.», а також визнані добре відомими торговельні марки «INTEL» та «ИНТЕЛ».

Стосовно доводів апелянта про те, що у разі використання схожого позначення «INTELMAG, комб.» за заявкою № т 2022 02523 щодо заявлених послуг на ринку України існує небезпека введення споживачів в оману щодо особи, яка надає послуги 35, 36 та 42 класів МКТП, а саме особи апелянта, колегія Апеляційної палати зазначає таке.

Відповідно до абзацу п'ятого пункту 2 статті 6 Закону не можуть одержати правову охорону також 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 10 глави 8 розділу VI Правил під час перевірки заявленого позначення, чи не є воно таким, що може ввести в оману щодо товарів чи послуг, зокрема щодо їх властивостей, якості або географічного походження, щодо особи, яка виробляє товар або надає послугу, перевіряється відсутність у позначення властивостей, визначених пунктами 10 та 11 глави 2 розділу II Правил.

Якщо під час такої перевірки встановлено, що таким, що може ввести в оману, є хоча б один із елементів заявленого позначення, воно визнається таким, що може ввести в оману, про що зазначається у попередньому висновку експертизи за заявкою.

Згідно з пунктом 11 глави 2 розділу II Правил 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.

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.

Для визначення того, чи може заявлене позначення «INTELMAG, комб.» породжувати у свідомості споживачів помилкові асоціації щодо особи, яка надає послуги, колегія Апеляційної палати врахувала ступінь відомості протиставлених торговельних марок апелянта, характер заявлених послуг, а також сприйняття спільного словесного елемента «INTEL/ІНТЕЛ» у відповідному секторі споживачів.

Також колегія Апеляційної палати враховує, що за результатами розгляду заперечення перелік заявлених послуг був обмежений колегією тими послугами,

які не стосуються сфери інформаційних технологій, комп'ютерного програмного забезпечення, цифрових сервісів, телекомунікаційних технологій, вебтехнологій, кібербезпеки, оброблення даних тощо.

Компанія «Інтел Корпорейшн» (US) – найбільша у світі компанія-виробник напівпровідникових елементів та пристроїв, відома як розробник та виробник x86-серії мікропроцесорів, процесорів для IBM-сумісних персональних комп'ютерів, яка заснована у 1968 році. На вебсайті компанії «Інтел Корпорейшн» (US) представлена інформація про її продукти, марковані, зокрема, торговельними марками «Intel», та торговельними марками, до складу яких входить елемент «Intel»⁴.

Колегія Апеляційної палати зазначає, що саме зі сферою інформаційних та цифрових технологій у споживачів пов'язуються зареєстровані та визнані добре відомими торговельні марки апелянта.

З огляду на те, що у разі виключення зі скороченого переліку тих послуг, які є спорідненими з діяльністю апелянта та можуть викликати асоціативний зв'язок із ним, використання заявленого позначення щодо остаточно визначеного та обмеженого переліку послуг не створюватиме у споживачів хибного уявлення про зв'язок заявника з апелянтом або про надання послуг саме Компанією «Інтел Корпорейшн» (US).

За таких обставин колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що після відповідного обмеження переліку послуг відсутня ймовірність введення споживачів в оману щодо особи, яка надає послуги, при використанні заявленого позначення.

Отже, підстава для відмови в наданні правової охорони, передбачена абзацом п'ятим пункту 2 статті 6 Закону, не підлягає застосуванню щодо скороченого та обмеженого переліку послуг.

Щодо доводів апелянта стосовно схожості заявленого позначення з комерційним найменуванням апелянта колегія Апеляційної палати зазначає таке.

Відповідно до статті 489 Цивільного кодексу України правова охорона надається комерційному найменуванню, якщо воно дає можливість вирізнити одну особу з-поміж інших та не вводить в оману споживачів щодо справжньої її діяльності.

Відповідно до статті 8 Паризької конвенції фірмове найменування охороняється в усіх країнах Союзу без обов'язкового подання заявки або реєстрації і незалежно від того, чи є воно частиною торговельної марки.

Колегією Апеляційної палати встановлено, що апелянт здійснює господарську діяльність під комерційним найменуванням «Інтел Корпорейшн», яке тривалий час використовується у сфері інформаційних технологій, комп'ютерного обладнання, програмного забезпечення та цифрових сервісів. Водночас словесний елемент «INTEL», що входить до складу зазначеного

⁴ <https://www.intel.com/content/www/us/en/homepage.html>

комерційного найменування, є добре відомим відповідному колу споживачів та стійко асоціюється з діяльністю апелянта.

Під час порівняльного аналізу заявленого позначення «INTELMAG, комб.» та комерційного найменування апелянта встановлено, що вони мають спільний словесний елемент «INTEL», розташований на початку позначення, у зв'язку з чим можуть викликати певний асоціативний зв'язок у споживачів.

Водночас заявлене позначення містить додатковий словесний елемент «MAG», має інше загальне композиційне та графічне виконання і сприймається у цілому як окрема словесна конструкція.

Колегія Апеляційної палати врахувала також, що під час розгляду заперечення заявлений перелік послуг було скорочено шляхом виключення послуг, щодо яких могло б виникати уявлення про зв'язок заявника з апелянтом.

За таких обставин використання заявленого позначення щодо остаточно визначеного переліку послуг не створюватиме у споживачів помилкового уявлення про належність заявника до апелянта або про існування між ними зв'язку.

Отже, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що заявлене позначення за заявкою № т 2022 02523 не порушує права апелянта на комерційне найменування щодо скороченого та обмеженого переліку послуг.

Поряд з цим, колегія зазначає, що питання репутації торговельних марок апелянта у даному випадку оцінювалося в межах правового регулювання охорони добре відомих торговельних марок з урахуванням ступеня їх відомості та впізнаваності, наявності асоціативного зв'язку між позначеннями, спорідненості послуг, а також ймовірності введення споживачів в оману щодо особи, яка надає послуги.

Також, колегія Апеляційної палати зазначає, що висновки, викладені у постанові Великої Палати, на які посилається заявник, стосуються особливостей визнання торговельної марки добре відомою у позовному провадженні під час судового розгляду та не змінюють правового статусу торговельних марок, які вже визнані добре відомими в Україні у встановленому законом порядку.

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 35, 36 та 42 класів МКТП.

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. Заперечення Інтел Корпорейшн (US) задовольнити частково.
2. Рішення УКРНОІВІ від 03.09.2025 про реєстрацію торговельної марки «INTELMAG, комб.» за заявкою № т 2022 02523 скасувати.
3. Зареєструвати, за умови сплати збору за публікацію відомостей про видачу свідоцтва та державного мита за видачу свідоцтва України, торговельну марку «INTELMAG, комб.» за заявкою № т 2022 02523 відносно скороченого переліку послуг 35, 36 та 42 класів МКТП, а саме:

35 клас МКТП: «рекламування; керування підприємницькою діяльністю; адміністрування у сфері підприємницької діяльності; офісні роботи; адміністративна допомога щодо запитів про подання комерційних пропозицій; адміністративна допомога щодо запрошень до участі у тендерних процедурах; адміністративне оброблення замовлень на купівлю; адміністративні послуги для направлення до лікарів за спеціалізацією; адміністративні послуги з релокації підприємств; адміністрування програм лояльності для клієнтів; адміністрування програм лояльності для постійних клієнтів авіакомпаній; аналізування собівартості; аудит підприємницької діяльності; аудит фінансовий; аукціонний продаж; аутсорсингове адміністративне керування для компаній; бухгалтерський облік; ведення бухгалтерських книг; ведення переговорів щодо укладання угод у сфері підприємницької діяльності для інших; вивчення ринку; визначання громадської думки; виписування рахунків; влаштовування передплати газет для інших; влаштовування передплати телекомунікаційних послуг для інших; готування платіжних документів; готування податкових декларацій; демонстрування товарів; довідкові послуги у сфері підприємницької діяльності; допомога в керуванні підприємницькою діяльністю; допомога в керуванні справами або комерційною діяльністю промислового чи торговельного підприємства; допомога у комерційному або промисловому керуванні; дорадчі послуги для керування підприємницькою діяльністю; досліджування щодо підприємницької діяльності; економічне прогнозування; забезпечування відгуками від користувачів на комерційні або рекламні потреби; забезпечування інформацією в сфері підприємницької діяльності за допомогою вебсайтів; забезпечування інформацією у сфері підприємницької діяльності; забезпечування інформацією щодо комерційних та ділових контактів; забезпечування комерційною інформацією та порадами для споживачів у виборі товарів і послуг; забезпечування рейтингами від користувачів на комерційні або рекламні потреби; збирання статистичних даних; індексування вебсайтів на комерційні або рекламні потреби; керування діяльністю артистів-виконавців; керування діяльністю вільнонайманих працівників; керування діяльністю готелів; керування діяльністю щодо програм з відшкодовування витрат для інших; керування підприємницькою діяльністю в перехідний період; комерційне керування ліцензуванням товарів і послуг для інших; консультування з керування персоналом; консультування з керування підприємницькою діяльністю; консультування з комунікаційних стратегій щодо рекламування;

консультування з комунікаційної стратегії щодо зв'язків з громадськістю; консультування з організування підприємницької діяльності; маркетинг; маркетинг цільовий; маркетингові досліджування; машинописні роботи; надавання онлайн-ових торговельних майданчиків для покупців та продавців товарів і послуг; написання біографічних довідок для інших; написання резюме для інших; написання рекламних текстів; написання сценаріїв на рекламні потреби; обробляння текстів; оновлювання рекламних матеріалів; оновлювання та ведення інформації в реєстрах; організування виставок на комерційні або рекламні потреби; організування показів мод на рекламні потреби; організування ярмарків; орендування рекламного місця; оформляння вітрин; оцінювання підприємницької діяльності; підбирання персоналу; поради щодо організування і керування підприємницькою діяльністю; посередницькі послуги у сфері підприємницької діяльності щодо підбору потенційних приватних інвесторів для підприємців, які потребують фінансування; послуги агентств комерційного інформування; послуги агентств працевлаштування; послуги експертів з ефективності підприємницької діяльності; послуги з аутсорсингу [допомога у сфері підприємницької діяльності]; послуги з керування підприємницькими проєктами для об'єктів будівництва; послуги з конкурентного розвідування ринку; послуги з корпоративних комунікацій; послуги з макетування на рекламні потреби; послуги з нагадування про ділові зустрічі [офісні роботи]; послуги з огляду преси; послуги з порівнювання цін; послуги з розвідування ринку; послуги з фотокопіювання; послуги закупівельні для інших [закуповування товарів та послуг для інших підприємств]; послуги зі зв'язків із засобами масової інформації; послуги зі складання графіків ділових зустрічей [офісні роботи]; послуги зі створювання та керування списками подарунків; послуги із заповнювання податкової декларації; послуги імпортно-експортних агентств; послуги манекенників для рекламування або сприяння продажам; послуги рекламних агентств; послуги рекламних агентств, а також такі послуги як розповсюджування проспектів чи зразків безпосередньо або поштою; послуги секретарів; послуги телефонних комутаторів; послуги щодо зв'язків з громадськістю; послуги щодо комерційного лобіювання; послуги щодо комерційного посередництва; послуги щодо оптового продажу різноманітних продуктів харчування та напоїв, в тому числі в режимі онлайн у режимі онлайн; послуги щодо роздрібного продажу різноманітних продуктів харчування та напоїв; послуги, що надаються рекламними установами щодо здійснювання зв'язку з громадськістю, розповсюджування оголошень стосовно товарів і послуг усіма засобами інформування; послуги, що полягають у реєструванні, записуванні, складанні, збиранні та систематизуванні письмових повідомлень і записів, а також послуги щодо збирання математичних чи статистичних даних; пошук спонсорів; пошукова оптимізація для сприяння продажам; представляння товарів на засобах інформування з метою роздрібного продажу; приймання телефонних дзвінків для недоступних абонентів; прокат білбордів [рекламних щитів]; прокат офісних машин і обладнання; прокат офісного обладнання на об'єктах коворкінгу; прокат рекламних матеріалів; прокат рекламного часу на

засобах інформування; прокат торговельних автоматів; прокат торговельних стендів; прокат фотокопіювальних машин; пряме поштове рекламування; психологічне тестування для відбирання персоналу; публікування рекламних текстів; радіорекламування; реєстрування письмових повідомлень та даних; рекламування; рекламування з оплатою переходів на вебсторінку за рекламним оголошенням; рекламування зовнішнє; рекламування поштою; розклеювання рекламних плакатів; роздрібна торгівля спортивним інвентарем у спеціалізованих магазинах; послуги магазинів роздрібної торгівлі, підприємствами оптової торгівлі, за допомогою торговельних автоматів, через вебсайти або програми телемагазинів; розміщування в одному місці, на користь іншим особам різноманітних продуктів харчування та напоїв, яке дає змогу покупцям зручно оглядати і купувати ці товари в оптових та роздрібних магазинах, супермаркетах, мережі фірмових магазинів; розповсюдження зразків; розповсюдження рекламних матеріалів; розроблення рекламних концепцій; розроблення та подальше адміністрування програм лояльності для покупців різноманітних товарів, що включають знижки, бонуси, винагороди; розслідування у сфері підприємницької діяльності; складання звітів про стан рахунків; складання індексів інформації на комерційні або рекламні потреби; складання профілю цільової аудиторії на комерційні або маркетингові потреби; сприяння продажам для інших; сприяння продажам товарів і послуг шляхом спонсорської підтримки спортивних подій; створювання рекламних фільмів; створювання телевізійних програм для продажу товарів через телемагазини; стенографування; текстове записування інформації [офісні роботи]; телевізійне рекламування; телемаркетингові послуги; узгоджування та укладання комерційних угод для третіх сторін; фахове консультування щодо підприємницької діяльності»;

36 клас МКТП: «страхування; фінансові операції; кредитно-грошові операції; операції з нерухомим майном; агентства нерухомості; актуарні послуги; аналізування фінансове; банківські послуги; брокерські послуги на фондовому ринку; брокерські послуги щодо акцій та облігацій; брокерські послуги щодо вуглецевих кредитів; брокерські послуги щодо нерухомого майна; брокерські послуги щодо страхування; брокерські послуги щодо цінних паперів; брокерські послуги; визначання вартості ремонту [фінансове оцінювання]; випускання дорожніх чеків; випускання кредитних карток; випускання цінних паперів; вкладання коштів; влаштування фінансування для об'єктів будівництва; готування цінової інформації для оцінювання витрат; дистанційне банківське обслуговування; довірче керування фінансовими активами; дорадчі послуги щодо заборгованості; електронне переказування віртуальних валют; електронне переказування коштів; забезпечування страховою інформацією; забезпечування фінансовою інформацією; забезпечування фінансовою інформацією за допомогою вебсайтів; зберігання у сейфах; зберігання цінностей; збирання коштів на благодійність; збирання орендної плати; інвестування капіталу; іпотечні банківські операції; керування житловим будинком; керування нерухомим майном; кліринг фінансовий; консультування щодо

страхування; котирування біржове; краудфандинг; кредитування під заставу; морське страхування; купівля та продаж нерухомого майна; надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна; надавання знижок іншим особам у закладах учасниках, за умови використання членської картки; надавання позик [фінансування]; надавання позик з розстроченням платежу; надавання поручительств; обмінювання грошей; обробляння платежів за дебетовими картками; обробляння платежів за кредитними картками; операції з нерухомим майном; організування збору коштів; орендування житла [квартир]; орендування нерухомого майна; орендування офісів [нерухомого майна]; орендування офісів для коворкінгу; орендування сільськогосподарських ферм; оцінювання антикваріату; оцінювання марок; оцінювання нерухомого майна; оцінювання предметів нумізматики; оцінювання творів мистецтва; оцінювання у сфері оподаткування; оцінювання ювелірних виробів; перевіряння дійсності чеків; позичання під заставу; послуги агентств із забезпечування житлом [квартирами]; послуги агентств нерухомого майна; послуги бюро кредитних історій; послуги взаємних фондів; послуги з надавання фінансових гарантій; послуги з фінансування; послуги колекторських агентств; послуги оплати електронним гаманцем; послуги ощадних банків; послуги резервних фондів; страхування; страхування від нещасних випадків; страхування від пожеж; страхування життя; страхування здоров'я; управління нерухомим майном за винагороду або на основі контракту; факторингові операції; фінансове керування; фінансове керування виплатами з відшкодовування витрат для інших; фінансове консультування; фінансове оцінювання витрат на розробляння родовищ у нафтовій, газовій та гірничій промисловостях; фінансове оцінювання вовни; фінансове оцінювання лісу на пні; фінансове оцінювання об'єктів інтелектуальної власності; фінансове оцінювання щодо запитів про подання комерційних пропозицій; фінансове оцінювання щодо запрошень до участі у тендерних процедурах; фінансове оцінювання щодо страхування, банківських операцій, нерухомого майна; фінансове спонсорство; фінансові досліджування; фінансові операції з обмінювання віртуальних валют; фінансові послуги з митної брокерської діяльності; фінансові послуги клірингових установ; фінансові послуги щодо купівлі товарів із розстроченням платежу; фінансові послуги щодо лізингу майна з правом його купівлі; фінансові послуги щодо ліквідування фірм; фінансові послуги щодо пенсійного забезпечування»;

42 клас МКТП: «наукові і технологічні послуги та досліджування і розробки, що їх стосуються; послуги з промислового аналізування, промислового досліджування та промислового дизайну; контролювання якості та послуги з аутентифікації; аналізування води; аналізування для розробляння нафтових родовищ; аналізування почерку [графологія]; архітектурне консультування; архітектурні послуги; будівельне проектування; випробовування матеріалів; випробовування нафтових свердловин; випробовування текстилю; встановлювання справжності творів мистецтва; геологічне експертування; геологічне розвідування; графічний дизайн; графічний дизайн рекламних матеріалів; дизайн візитних карток; дизайн

інтер'єру; дизайн пакування; досліджування в бактеріології; досліджування в біології; досліджування в геології; досліджування в косметології; досліджування в медицині; досліджування в техніці; досліджування в хімії; досліджування і розробляння нових товарів для інших; досліджування у механіці; досліджування у сфері будівництва; досліджування у сфері захисту навколишнього середовища; досліджування у сфері зварювання; досліджування у сфері фізики; експертування нафтових родовищ; енергоаудит; забезпечування науковою інформацією, порадами, консультаціями щодо зменшування викидів вуглекислого газу; калібрування [вимірювання]; картографічні послуги; клінічні випробовування; консультування у сфері енергозбереження; моделювання одягу; наукові досліджування; науково-технічне експертування; науково-технічні досліджування у сфері природних катастроф; науково-технічні досліджування щодо побудови патентних ландшафтів; оновлювання комп'ютерного програмного забезпечення; оцифровування документів [сканування]; оцінювання якості вовни; оцінювання якості лісу на пні; перевіряння щодо придатності до експлуатації транспортних засобів; підводне досліджування; планування розвитку міст; послуги з досліджування у сфері нафтової, газової та гірничої промисловостей; послуги з наукового досліджування на медичні потреби; послуги з хостингу вебсайтів; послуги з шифрування даних; послуги інженерів та науковців, які виконують розрахунки, оцінки, дослідницькі роботи і готують звіти в науковій і технологічній сферах, в тому числі послуги з технологічного консультування; послуги наукових лабораторій; послуги фахівців з хімії; проведення досліджень технічних проєктів; прогнозування погоди; проектування інтер'єру; прокат лічильників для обліку споживання енергії; промисловий дизайн; розблоковування мобільних телефонів; розвідування нафти; розробляння технічної документації; технологічне консультування; топографічне знімання; хімічний аналіз; художнє оформляння [промисловий дизайн]».

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, встановленому законодавством.

Головуючий колегії
Члени колегії

Ю. А. Горбик
В. Д. Єсєв
І. О. Шатова



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/60-26 від 10.06.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Горбик Ю. А. 10.06.2026 16:30
3FAA9288358EC0030400
0000015F3A007B71DB00



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/60-26 від 10.06.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Єсєв В. Д. 10.06.2026 16:21
3FAA9288358EC0030400
0000BFB13A00E41DDE00



2246204205 - ФІЗИЧНА
ОСОБА
№Ріш-АП/60-26 від 10.06.2026
КЕП (Підписання проєкту):
ШАТОВА І. О. 10.06.2026 16:06
5E984D526F82F38F0400
0000B7D47C011561A006