

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ УКРНОІВІ
30.06.2026 № 173/2026



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

27 травня 2026 року

Колегія Апеляційної палати УКРНОІВІ, затверджена розпорядженням заступника голови Апеляційної палати Горбик Ю. А. від 18.03.2026 № Р-АП/52-26, у складі головуєчого Ткаченко Ю. В. та членів колегії Костенко І. А., Бабенко Т. М., за участю секретаря засідання Лазарець І. М., розглянула заперечення Товариства з обмеженою відповідальністю «СТОЛИЧНИЙ ЦУМ» проти рішення УКРНОІВІ про реєстрацію торговельної марки «Київський Шлях ЦУМ, комб.» за заявкою № т 2021 22051, заявник – Товариство з обмеженою відповідальністю «ЦУМ «КИЇВСЬКИЙ ШЛЯХ».

Представник апелянта – Коваль М. П.

Представники заявника – Ярмак Н. Г., Паращук Н. В.

Представник УКРНОІВІ – Соколік Ж. А.

Заперечення апелянта – Товариства з обмеженою відповідальністю «СТОЛИЧНИЙ ЦУМ» (далі – ТОВ «СТОЛИЧНИЙ ЦУМ», 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 11.09.2023 про реєстрацію торговельної марки «Київський Шлях ЦУМ, комб.» за заявкою № m 2021 22051 і вважає, що заявлене позначення відносно усього переліку товарів 29 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП) не відповідає умовам надання правової охорони, визначеним пунктом 1 статті 5, пунктами 2 і 3 статті 6 Закону, а саме: суперечить публічному порядку, принципам гуманності і моралі та може ввести в оману щодо особи, яка надає послуги 35, 36 класів МКТП, а також є схожою настільки, що її можна сплутати, зокрема асоціювати, з серією торговельних марок, раніше зареєстрованих в Україні на ім'я ТОВ «СТОЛИЧНИЙ ЦУМ» щодо таких самих та споріднених послуг.

Як доводи проти реєстрації заявленого позначення, апелянт наводить такі відомості.

Апелянт є власником таких торговельних марок:

 за свідоцтвом № 161882 від 10.10.2012 для послуг 35, 36, 41, 43 класів МКТП;

 за свідоцтвом № 176085 від 25.09.2013 для послуг 35, 36, 41, 43 класів МКТП;

 за свідоцтвом № 175250 від 10.09.2013 для послуг 35, 36, 41 та 43 класів МКТП;

 за свідоцтвом № 176083 від 25.09.2013 для послуг 35, 36, 41 та 43 класів МКТП;

 за свідоцтвом № 176084 від 25.09.2013 для послуг 35, 36, 41 та 43 класів МКТП;

 за свідоцтвом № 287092 від 25.11.2020 для послуг 35, 36, 41 та 43 класів МКТП;



за свідоцтвом № 319848 від 01.06.2022 для послуг 35, 36, 41 та 43 класів МКТП;



за свідоцтвом № 319849 від 01.06.2022 для послуг 35, 36, 41 та 43 класів МКТП

Апелянт провів порівняльний аналіз заявленого позначення



за заявкою № m 2021 22051 та протиставлених торговельних марок і дійшов висновку про їх схожість за фонетичною, візуальною та семантичною ознаками.

На думку апелянта, така схожість зумовлена насамперед наявністю у порівнюваних позначеннях тотожного словесного елемента «ЦУМ» (у тому числі в латинській транслітерації «TSUM»), який повністю збігається за звучанням, написанням та смисловим значенням із відповідними словесними елементами протиставлених торговельних марок та визначає їх сприйняття споживачем.

Щодо фонетичної схожості апелянт зазначив, що словесні елементи «Київський Шлях» не усувають загальної подібності позначень, оскільки мають другорядний характер порівняно зі словесним елементом «ЦУМ». Крім того, слово «Київський», на думку апелянта, посилює асоціативний зв'язок із торговельними марками, що містять елементи «KYIV» та «KIIV».

Аналізуючи візуальну схожість, апелянт вказав, що словесний елемент «ЦУМ» займає домінуюче положення у складі заявленого позначення, тоді як зображувальний елемент та кольорове оформлення мають другорядне значення і не впливають на загальне враження від позначення.

Стосовно семантичної схожості апелянт зазначив, що словесні елементи «ЦУМ», «KIIV», «KYIV» та «Київський» формують спільний асоціативний ряд, пов'язаний із відомим київським універмагом, унаслідок чого у споживача може виникати уявлення про зв'язок порівнюваних позначень з одним джерелом походження послуг.

Також апелянт проаналізував перелік послуг заявленого позначення та зазначив, що послуги 35 і 36 класів МКТП є тотожними та спорідненими з послугами, для яких зареєстровано торговельні марки апелянта, оскільки мають спільне призначення, орієнтовані на одне коло споживачів та можуть надаватися через однакові канали реалізації. У зв'язку з цим використання схожих позначень щодо таких послуг може створювати у споживачів уявлення про те, що відповідні послуги надаються однією особою або пов'язаними між собою особами. Крім того, апелянт зазначив, що діяльність сторін пов'язана з наданням споріднених послуг, що, на його думку, додатково підвищує

ймовірність виникнення асоціативного зв'язку між порівнюваними позначеннями.

З огляду на встановлену візуальну, фонетичну та семантичну схожість порівнюваних позначень, а також спорідненість послуг 35, 36 класів МКТП, апелянт вважає, що реєстрація та використання заявленого позначення «Київський Шлях ЦУМ, комб.» за заявкою № m 2021 22051, домінуючим елементом якого є слово «ЦУМ», може вводити споживачів в оману щодо особи, яка надає послуги.

Зокрема, апелянт наголошує, що протягом тривалого часу здійснює діяльність під серією торговельних марок «ЦУМ/TSUM», тоді як заявник розпочав свою діяльність лише у 2020 році та, на думку апелянта, не має історичного зв'язку з відповідним позначенням. Апелянт зазначив, що історія універмагу «ЦУМ» бере початок з відкриття центрального універмагу в м. Київ у 1939 році, у зв'язку з чим позначення протягом багатьох років асоціюється у споживачів із центральним універмагом столиці України.

Крім того, апелянт звертає увагу на те, що заявник здійснює діяльність у місті Бориспіль Київської області, тоді як використання у складі заявленого позначення словесних елементів «ЦУМ» та «Київський» може викликати у споживачів помилкове уявлення про наявність зв'язку між заявником та апелянтом або про те, що відповідні послуги надаються за згодою чи за участю апелянта.

На думку апелянта, зазначені обставини є важливими для встановлення того, чи здатне заявлене позначення сформувати у потенційного споживача уявлення про особу надавача послуг, їх походження, якість або інші характеристики. Апелянт вважає, що домінуючий елемент «ЦУМ» у поєднанні зі словом «Київський» може викликати у споживачів очікування щодо належності послуг до діяльності апелянта або їх зв'язку з ним.

У зв'язку з цим апелянт вважає, що використання заявленого позначення для послуг 35 та 36 класів МКТП не усуває ймовірності формування у споживачів хибного уявлення про особу надавача послуг, унаслідок чого таке позначення може вводити споживачів в оману.

05.11.2024 від представника апелянта надійшли додаткові матеріали до заперечення (№ Вх-46101/2024), які апелянт просив врахувати, оскільки, на його думку, вони підтверджують широку відомість, впізнаваність та тривале використання торговельних марок із елементом «ЦУМ».

На підтвердження зазначених обставин апелянтом було надано, зокрема, матеріали щодо історії універмагу «ЦУМ» у місті Київ, публікації про презентацію книги «80 років ЦУМу», документального фільму «ЦУМ 80», відомості про рекламні кампанії, культурні та благодійні проекти, колаборації з українськими дизайнерами та медіа, відеоматеріали, публікації у друкованих та електронних засобах масової інформації, а також інші матеріали, які, на думку апелянта, свідчать про активне використання та значну впізнаваність серії торговельних марок, що містять словесний елемент «ЦУМ», в Україні.

На думку апелянта, надані матеріали підтверджують тривале використання торговельних марок, їх популярність серед споживачів, значний обсяг рекламного просування, участь у культурних, соціальних та благодійних ініціативах, а також асоціювання заявленого позначення, що містить домінуючий словесний елемент «ЦУМ», саме з діяльністю апелянта.

З огляду на викладене, апелянт просить скасувати рішення УкрНОІВІ від 11.09.2023 та відмовити заявнику у реєстрації позначення «Київський Шлях ЦУМ, комб.» за заявкою № т 2021 22051 відносно усього переліку послуг 35 і 36 класів МКТП.

В обґрунтування своєї позиції представник УкрНОІВІ зазначив, що експертиза заявленого позначення проводилась відповідно до Закону та Правил складання, подання та розгляду заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг, затверджених наказом Державного патентного відомства України від 28.07.1995 № 116, зі змінами (далі – Правила)¹.

Під час проведення експертизи, проти заявки № т 2021 22051 ТОВ «СТОЛИЧНИЙ ЦУМ» було подано мотивоване заперечення від 22.11.2021 (№ Вх-46701/2021) щодо невідповідності наведеного в ній позначення умовам надання правової охорони.

Листом УкрНОІВІ від 05.12.2021 вих. № 169511/ЗМ/21 вказане заперечення було надіслано заявнику.

04.02.2022 від заявника надійшла відповідь (№ Вх-4723/2022) з доводами на користь реєстрації заявленого позначення.

Під час проведення кваліфікаційної експертизи було розглянуто мотивоване заперечення апелянта та відповідь заявника. Доводи, наведені апелянтом у запереченні, у повному обсязі враховано не було, оскільки вони не містили доказів, на підставі яких заявлене позначення не відповідає встановленим Законом умовам надання правової охорони. Аргументи та відомості, наведені та документально підтверджені заявником у відповідь на заперечення, були визнані обґрунтованими.

На підставі висновку експертизи від 07.09.2023 (Вих. 173559/ЗМ/23) про відповідність позначення умовам надання правової охорони, УкрНОІВІ було прийнято рішення від 11.09.2023 про реєстрацію торговельної марки «Київський Шлях ЦУМ, комб.» за заявкою № т 2021 22051 відносно всього переліку заявлених послуг 35 та 36 класів МКТП.

Заявник – Товариство з обмеженою відповідальністю «ЦУМ «КИЇВСЬКИЙ ШЛЯХ» (далі – ТОВ «ЦУМ «КИЇВСЬКИЙ ШЛЯХ», заявник), не погоджується з доводами апелянта щодо невідповідності заявленого позначення умовам надання правової охорони та повністю підтримує рішення УкрНОІВІ від 11.09.2023 про надання правової охорони торговельній марці

¹ Під час встановлення наявності або відсутності підстав для скасування рішення НОІВ 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.

«Київський Шлях ЦУМ, комб.» за заявкою № т 2021 22051 відносно послуг 35 і 36 класів МКТП.

Заявник зазначив, що словесний елемент «ЦУМ» є загальноновживаною аббревіатурою словосполучення «центральный універсальный магазин», яка історично використовувалася та продовжує використовуватися багатьма торговельними об'єктами в Україні та інших країнах. У зв'язку з цим заявник вважає, що зазначений елемент не може розглядатися як такий, що однозначно асоціюється виключно з діяльністю апелянта, а тому не повинен сприйматися домінуючим елементом під час оцінки схожості позначень.



Заявник також наголосив, що заявлене позначення є комбінованим та містить додаткові словесні елементи «Київський шлях», виконані у специфічному графічному оформленні, а також оригінальний зображувальний елемент і кольорове рішення. На думку заявника, сукупність зазначених елементів формує самостійне загальне враження від позначення та дає можливість споживачам відрізнити його від торговельних марок апелянта.

Щодо тверджень про можливість введення споживачів в оману заявник зазначив, що заявлене позначення «Київський Шлях ЦУМ, комб.» відповідає його фірмовому найменуванню та фактичному місцезнаходженню ТОВ «ЦУМ «КИЇВСЬКИЙ ШЛЯХ» за адресою: вулиця Київський шлях, місто Бориспіль. На думку заявника, використання словосполучення «Київський шлях» є вказівкою на реальне місце розташування торговельного центру та не створює неправдивого уявлення про особу надавача послуг або їх географічне походження.

Крім того, заявник вважає безпідставними твердження апелянта щодо недобросовісних намірів під час подання заявки, оскільки заявлене позначення використовується для ідентифікації торговельного центру в м. Бориспіль та не викликає у споживачів асоціацій із діяльністю апелянта настільки, щоб їх можна було сплутати.

У зв'язку з наведеним заявник зазначив, що заявлене позначення не є схожим настільки, що його можна сплутати з торговельними марками апелянта, не є оманливим щодо особи надавача послуг, їх походження чи характеристик, а тому відсутні підстави для відмови в наданні правової охорони за заявкою № т 2021 22051.

Пунктом 1 глави 3 розділу II Регламенту встановлено, що розгляд заперечення по суті передбачає встановлення наявності або відсутності підстав для скасування рішення НОІВ щодо заявки, за якою подано заперечення, у межах мотивів, викладених у запереченні чи під час його розгляду, та на підставі зібраних у справі за запереченням матеріалів.

Відповідно до пунктів 11 і 12 глави 3 розділу II Регламенту колегія Апеляційної палати з метою з'ясування обставин, якими обґрунтовуються

вимоги апелянта та які необхідно встановити для прийняття рішення, заслухала вступне слово сторін, з'ясувала обставини, на які вони посилаються як на підставу своїх вимог і заперечень, та перевірила їх доказами, що містилися у запереченні та додаткових матеріалах (вх. від 16.04.2024 № 10-2659/24, від 05.11.2024 № Вх-46101/2024), матеріалах заявки № m 2021 22051, та встановила таке.



Заявлене позначення за заявкою № m 2021 22051 від 13.09.2021 є комбінованим. Словесна частина складається з двох слів «Київський Шлях» та аббревіатури «ЦУМ», виконаних літерами кирилиці. Словесні елементи розташовані у два рядки: у верхньому рядку містяться слова «Київський Шлях», виконані літерами блакитного кольору звичайним шрифтом, перші літери слів є заголовними, інші – рядковими; у нижньому рядку розміщена аббревіатура «ЦУМ», виконана літерами червоного кольору, усі літери є заголовними. Ліворуч від словесної частини розташоване стилізоване зображення трилисника, що складається з трьох пелюсток блакитного, червоного та жовтого кольорів. Позначення подано на реєстрацію для послуг 35 і 36 класів МКТП.

Протиставлена апелянтом торговельна марка **TSUM** за свідоцтвом № 161882 від 10.10.2012 є словесною, виконана заголовними літерами латиниці. Торговельна марка зареєстрована для послуг 35, 36, 41 та 43 класів МКТП.



Протиставлена апелянтом торговельна марка **TSUM KYIV** за свідоцтвом № 176085 від 25.09.2013 є комбінованою та складається з аббревіатури «ЦУМ», яка виконана заголовними літерами кирилиці звичайним шрифтом, та двох словесних елементів «TSUM KYIV», виконаних заголовними літерами латиниці звичайним шрифтом. Аббревіатура та словесні елементи розташовані у два рядки, між якими розміщена горизонтальна лінія. Торговельна марка зареєстрована для послуг 35, 36, 41 та 43 класів МКТП.



Протиставлена торговельна марка **TSUM KYIV** за свідоцтвом № 175250 від 10.09.2013 є комбінованою та складається з аббревіатури «ЦУМ», яка виконана заголовними літерами кирилиці стилізованим шрифтом, та двох словесних елементів «TSUM KYIV», виконаних заголовними літерами латиниці звичайним шрифтом. Аббревіатура та словесні елементи розташовані у два рядки, між якими розміщена горизонтальна лінія. Торговельна марка зареєстрована для послуг 35, 36, 41 та 43 класів МКТП.



Протиставлена торговельна марка за свідоцтвом № 176083 від 25.09.2013 є комбінованою та складається з аббревіатури «ЦУМ», яка виконана заголовними літерами кирилиці звичайним шрифтом, та словесного елемента «КИЇВ», виконаного заголовними літерами кирилиці звичайним шрифтом. Аббревіатура та словесний елемент розташовані в два рядки між якими розміщена горизонтальна лінія. Торговельна марка зареєстрована для послуг 35, 36, 41 та 43 класів МКТП.



Протиставлена торговельна марка за свідоцтвом № 176084 від 25.09.2013 є комбінованою та складається з аббревіатури «ЦУМ», яка виконана заголовними літерами кирилиці звичайним шрифтом, та словесного елемента «КИЇВ», виконаного заголовними літерами кирилиці звичайним шрифтом. Аббревіатура та словесний елемент розташовані у два рядки, між якими розміщена горизонтальна лінія. Торговельна марка зареєстрована для послуг 35, 36, 41 та 43 класів МКТП.



Протиставлена торговельна марка за свідоцтвом № 287092 від 25.11.2020 є комбінованою та складається з аббревіатури «TSUM», яка виконана заголовними літерами латиниці звичайним шрифтом, та словесного елемента «KYIV», виконаного заголовними літерами латиниці звичайним шрифтом. Аббревіатура та словесний елемент розташовані у два рядки, між якими розміщена горизонтальна лінія. Торговельна марка зареєстрована для послуг 35, 36, 41 та 43 класів МКТП.



Протиставлена торговельна марка за свідоцтвом № 319848 від 01.06.2022 є комбінованою та складається з аббревіатури «ЦУМ», яка виконана заголовними літерами кирилиці звичайним шрифтом, та двох словесних елементів «Street Wear», виконаних літерами латиниці стилізованим шрифтом, де перші літери слів є заголовними, інші – рядковими. Аббревіатура та словесні елементи розташовані у два рядки, між якими розміщена горизонтальна лінія. Торговельна марка зареєстрована для послуг 35, 36, 41 та 43 класів МКТП.



Протиставлена торговельна марка за свідоцтвом № 319849 від 01.06.2022 є комбінованою та складається з аббревіатури «ЦУМ», яка виконана заголовними літерами кирилиці звичайним шрифтом, та двох словесних елементів «Street Wear», виконаних літерами латиниці стилізованим

шрифтом, де перші літери слів заголовні, інші – рядкові. Аббревіатура та словесні елементи розділені вертикальною лінією. Торговельна марка зареєстрована для послуг 35, 36, 41 та 43 класів МКТП.

З метою з'ясування обставин, якими апелянт обґрунтовує свої вимоги та які необхідно встановити для прийняття рішення, колегія Апеляційної палати перевірила відповідність заявленого позначення умовам надання правової охорони щодо наявності підстав для відмови, встановлених пунктом 1 статті 5, пунктами 2, 3 статті 6 Закону, з урахуванням пункту 4.3 Правил, та зазначає таке.

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 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.

Встановлення схожості позначень має ґрунтуватися на комплексному, всебічному аналізі порівнюваних позначень, а саме: сприйнятті домінуючих і другорядних елементів, співставленні звукового складу, асоціативного ряду, ступеня семантичної близькості.

Порядок встановлення схожості словесних та комбінованих позначень встановлений пунктами 4.3.2.6. та 4.3.2.8 Правил. Словесні позначення, заявлені як знаки, порівнюються зі словесними та комбінованими позначеннями, до композиції яких входять словесні елементи.

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

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

При оцінці схожості комбінованих позначень визначається схожість як усього позначення в цілому, так і його складових елементів з урахуванням значущості положення, яке займають тотожні або схожі елементи в цьому позначенні. Особлива увага при порівнянні приділяється домінуючим елементам позначень.

Домінуюче положення конкретного елемента позначення визначається його смисловим навантаженням і його впливом на зорове та/або фонетичне (семантичне) сприйняття знака в цілому. Має значення також розмір цього елемента та місце його розміщення в площині позначення. Тому для

встановлення того, чи займає конкретний елемент домінуюче положення, необхідно розглядати ці критерії у сукупності.

Отже, позначення вважається таким, що займає домінуюче положення в зображенні знака, якщо воно превалює в смисловому і/або просторовому значенні над сукупністю інших елементів знака, тобто суттєво впливає на сприйняття загальної композиції знака.

У комбінованому позначенні, що складається із зображувального та словесного елементів, основним елементом, як правило, є словесний елемент, оскільки він краще запам'ятовується, ніж зображувальний, і саме на ньому акцентується увага споживача при сприйнятті позначень.

Під час порівняльного дослідження фонетичних (звукових) ознак заявленого позначення за заявкою № m 2021 22051 та протиставлених торговельних марок за свідоцтвами №№ 161882, 175250, 176083, 176084, 176085, 287092, 319848 та 319849 встановлено наявність розбіжностей у їх звуковій структурі. Зокрема, словесні елементи порівнюваних позначень відрізняються за кількістю слів, літер та звуків, складовою будовою, загальною довжиною та характером звучання.

Заявлене позначення містить три словесні елементи – аббревіатуру «ЦУМ» та словосполучення «Київський Шлях», тоді як протиставлені торговельні марки містять аббревіатуру «ЦУМ» або її латинську транслітерацію «TSUM» у поєднанні зі словесними елементами «КИЇВ», «KYIV», «Street Wear» або складаються лише зі словесного елемента «TSUM». Наявність у заявленому позначенні словосполучення «Київський Шлях» обумовлює інше загальне звукове враження порівняно з протиставленими торговельними марками. За таких обставин заявлене позначення та протиставлені торговельні марки не є схожими за фонетичними ознаками настільки, що їх можна було б сплутати.

Аналіз візуальної (графічної) схожості показав, що порівнювані позначення відрізняються за композиційною побудовою, графічним виконанням та загальним зоровим сприйняттям. Заявлене позначення, крім словесних елементів, містить оригінальний кольоровий зображувальний елемент – трилисник – та має іншу структуру розташування елементів порівняно з протиставленими торговельними марками.

Наявність зазначених відмінностей у композиції, шрифтовому виконанні, кольоровому оформленні та зображувальних елементах формує різні візуальні образи порівнюваних позначень, унаслідок чого вони справляють різне загальне зорове враження та не є схожими настільки, що їх можна було б сплутати.

Під семантичною схожістю розуміється подібність закладених у порівнюваних позначеннях понять, ідей або збіг смислового значення позначень. Для встановлення перекладу та тлумачення порівнюваних позначень колегія Апеляційної палати звернулася до інформаційно-довідкових джерел, зокрема мережі «Інтернет», і встановила таке.

Аналіз семантичного змісту заявленого позначення «Київський Шлях ЦУМ, комб.» за заявкою № т 2021 22051 показує, що основні його словесні елементи мають чітко визначене значення.

ЦУМ – аббревіатура, скорочена назва «Центральний універсальний магазин» – великий торговельний заклад, що пропонує широкий асортимент товарів різних категорій².

Слово «київський» є прикметником, утвореним від назви міста Київ³, а слово «шлях» відповідно до Тлумачного словника української мови означає смуга землі, призначена для їзди та ходіння; дорога⁴. У поєднанні словесні елементи утворюють цілісне словосполучення та за пошуковим запитом у Google «Київський шлях» – це головна вулиця міста Бориспіль⁵, вона ж основна дорога, транспортна артерія між столицею і містами Лівобережної України⁶.

Колегія Апеляційної палати вважає, що абревіатура ЦУМ не є вказівкою на конкретний торговельний центр, оскільки це загальна назва, яку можуть використовувати усі надавачі послуг 35 класу в складі своїх торговельних марок із додаванням вирізняльних елементів.

Заявлене позначення «Київський Шлях ЦУМ, комб.» сприймається як назва конкретного торговельного об'єкта, де словесний елемент «Київський Шлях» вказує на його місцезнаходження, а аббревіатура «ЦУМ» – на вид закладу. У сукупності словесні елементи формують самостійний смисловий образ, пов'язаний із торговельним центром, розташованим на вулиці Київський Шлях у місті Бориспіль, та не обмежуються сприйняттям лише аббревіатури «ЦУМ».

Протиставлені торговельні марки містять інші словесні елементи «TSUM», «ЦУМ TSUM KYIV», «ЦУМ КИЇВ», «TSUM KYIV» та «ЦУМ Street Wear».

Словесний елемент «TSUM» є транслітерацією аббревіатури «ЦУМ» літерами латиниці, а словесний елемент «KYIV» є транслітерацією назви міста «Київ».

Київ – столиця і найбільше місто України, одне з найдавніших міст Східної Європи⁷.

Словесні елементи «TSUM KYIV» та «ЦУМ КИЇВ» утворені шляхом поєднання аббревіатури «ЦУМ» із назвою міста «Київ». У сукупності зазначені елементи формують смислове значення, пов'язане з центральним універсальним магазином міста Київ та сприймаються як вказівка на торговельний об'єкт, який асоціюється саме зі столицею України.

Словосполучення «Street Wear» у складі протиставлених торговельних марок у перекладі з англійської мови на українську означає «вуличний стиль»⁸ та сприймається як вказівка на певний напрям або категорію товарів, пов'язаних із сучасною міською модою та одягом.

² <https://goroh.pp.ua/%D0%A2%D0%BB%D1%83%D0%BC%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F/%D1%86%D1%83%D0%BC>

³ <https://uk.wiktionary.org/wiki/%D0%BA%D0%B8%D1%97%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9>

⁴ <https://slovnkyk.ua/index.php?swrd=%D1%88%D0%BB%D1%8F%D1%85>

https://www.google.com/search?q=%D0%9A%D0%B8%D1%97%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9+%D1%88%D0%BB%D1%8F%D1%85+%&ca_esv=780a66cf752212b8&rlz=C1CEUC ukBA1133UA1134&bih=1396&bih=639&eop=1&oeq=D0%BA%D0%B8%D1%97%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9+%D1%88%D0%BB%D1%8F%D1%85+%&gs_l=Exgnd3Md2l6 LXNlcnAiHNCa0lJR9Cy0YHRjNC60LjQsUDRiNC70Y_RhSAyChAAGIAEGIoFGEMyBRAAGIAEMgoQABiABBiKBRhDMgoQABiABBiKBRhDMgUQABiABDIFEAAYgAQyChAAGIAEGIoFGEMyBRAAGIAEMgoUQABiABDIFEAAYgARi2lBO0YzOAYoXAgAkEAEmAf9oAF9qgEDMC4xuAEDEyAEAEABmAlCoAKWAACICCBAA08GFLADwglLEAAyQeAOYQoAYoAYoAwiCBgeBWSbWmXkLjG87bVHsgcDM4xuAeRACiHBTlMS4xvACtAgAe&scit=gws-wiz-serp

⁶ <https://day.kyiv.ua/article/podorozhi/tysyacholitniy-boryspil>

⁷ <https://portalhistoryua.com/city/kyiv/>

⁸ <https://www.deepl.com/uk/translator>

Отже, протиставлені торговельні марки формують інше смислове навантаження, пов'язане або з містом Київ як самостійним географічним об'єктом, або з певним стилем товарів. Водночас спільний словесний елемент «ЦУМ/TSUM» не сприймається як домінуючий (фонетично, семантично) у складі порівнюваних позначень, оскільки має описовий характер, асоціюється з місцем надання послуг, історично використовується різними суб'єктами господарювання та станом на дату розгляду заперечення використовується кількома суб'єктами господарювання на території України.

Враховуючи наведене, відмінність словесних елементів, їх змістового навантаження та асоціативного сприйняття виключає формування однакового смислового ряду. У зв'язку з цим заявлене позначення за заявкою № т 2021 22051 та протиставлені торговельні марки не є семантично схожими настільки, що їх можна було б сплутати.

Оскільки за висновком колегії Апеляційної палати заявлене позначення за заявкою № т 2021 22051 не схоже з протиставленими торговельними марками за свідоцтвами №№ 176085, 175250, 176083, 176084, 287092, 319848, 39849, відсутня підстава для проведення перевірки щодо спорідненості заявлених послуг.

У зв'язку з цим, на заявлене позначення не поширюється підстава для відмови у наданні правової охорони, встановлена абзацом другим пункту 3 статті 6 Закону.

Стосовно доводів апелянта про ймовірність введення споживачів в оману щодо особи, яка надає послуги, колегія Апеляційної палати зазначає таке.

Відповідно до пункту 1 статті 5 Закону правова охорона надається торговельній марці, яка не суперечить публічному порядку, загальновизнаним принципам моралі, вимогам законів України «Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки», «Про засудження та заборону пропаганди російської імперської політики в Україні і деколонізацію топонімії» та на яку не поширюються підстави для відмови в наданні правової охорони, встановлені цим Законом.

Відповідно до абзацу шостого 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.

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

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

Позначення визнається оманливим або таким, що може ввести в оману, якщо оманливим або таким, що може ввести в оману, є хоча б один з його елементів.

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 у споживача може виникнути помилкове враження про те, що споріднені товари (послуги), фактично вироблені (надані) різними особами, походять від однієї особи.

Для з'ясування того, чи є заявлене позначення за заявкою № т 2021 22051 «Київський Шлях ЦУМ, комб.» таким, що може ввести в оману споживачів щодо особи, яка виробляє товари або надає послуги, колегія Апеляційної палати проаналізувала відомості, що містяться в запереченні, а також звернулась до доступних інформаційно-довідкових джерел та відомостей, наявних у мережі «Інтернет», і встановила таке.

Як вбачається з відомостей, розміщених в інформаційно-аналітичній системі OpenDataBot⁹, ТОВ «СТОЛИЧНИЙ ЦУМ» зареєстроване 03.09.2010 у місті Київ, а основним видом його діяльності за КВЕД є 47.19 «Інші види роздрібної торгівлі в неспеціалізованих магазинах».

Матеріали заперечення містять численні відомості щодо діяльності апелянта під серією торговельних марок «TSUM», «ЦУМ TSUM KYIV, комб.», «TSUM KYIV» та «ЦУМ КИЇВ», «ЦУМ Street Wear, комб.». Зокрема, апелянтом надано публікації у виданнях Vogue, ELLE, L'Officiel, Marie Claire, Jetsetter та інших засобах масової інформації, які підтверджують використання зазначених торговельних марок стосовно діяльності універмагу в місті Київ, реалізації товарів відомих світових та українських брендів, проведення

⁹ https://opendatabot.ua/c/37254825?utm_source

рекламних кампаній, культурних проєктів, благодійних ініціатив та колаборацій.

Водночас згідно з відомостями, наявними у Витягу з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, ТОВ «ЦУМ «КИЇВСЬКИЙ ШЛЯХ» зареєстроване 05.06.2020 у місті Бориспіль Київської області, місцезнаходженням товариства є вул. Київський Шлях, 14-Ж, а основним видом його діяльності є 68.20 «Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна».

Також із відомостей, наявних у мережі «Інтернет», вбачається, що за адресою вул. Київський Шлях, 14-Ж, м. Бориспіль функціонує торговельний центр «Київський Шлях ЦУМ», у приміщеннях якого здійснюють діяльність різні орендарі та суб'єкти господарювання, а сам об'єкт позиціонується як торговельно-комерційний центр із приміщеннями, що надаються в оренду для магазинів, закладів сфери послуг, медичних закладів та інших комерційних об'єктів¹⁰.

Колегія Апеляційної палати також враховує, що заявлене позначення «Київський Шлях ЦУМ, комб.» безпосередньо відтворює фірмове найменування заявника – ТОВ «ЦУМ «КИЇВСЬКИЙ ШЛЯХ», а словесний елемент «Київський Шлях» відповідає назві вулиці та місцезнаходженню торговельного об'єкта заявника у місті Бориспіль.

За результатами дослідження матеріалів заперечення колегією Апеляційної палати не встановлено наявності доказів того, що заявник позиціонує себе як ТОВ «СТОЛИЧНИЙ ЦУМ», пов'язану з ним особу або особу, яка здійснює діяльність за його дозволом чи в інтересах апелянта. Також відсутні докази використання заявленого позначення у спосіб, який би формував у споживачів уявлення про належність заявника до апелянта.

Незважаючи на надані апелянтом докази відомості його торговельних марок та тривалого використання позначень, що містять словесний елемент «ЦУМ/ TSUM» у місті Київ, сама по собі відомість таких торговельних марок не є достатньою підставою для висновку про можливість введення споживачів в оману щодо особи, яка надає послуги. Для застосування положень пункту 3 статті 6 Закону необхідно встановити наявність реальної ймовірності формування у споживача неправдивого уявлення щодо конкретного надавача послуг, однак таких обставин матеріалами справи не підтверджено.

Враховуючи різні фірмові найменування сторін, різні місця здійснення господарської діяльності, різне позиціонування на ринку, а також наявність у заявленому позначенні словесного елемента «Київський Шлях», який ідентифікує заявника та його місцезнаходження, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що використання заявленого позначення «Київський Шлях ЦУМ, комб.» не породжує у споживачів неправдивого уявлення щодо особи, яка надає послуги, а тому не є таким, що може ввести в оману в розумінні пункту 3 статті 6 Закону.

¹⁰ https://pran.kiev.ua/kommerch_arend/ann-102553-0.html?utm_source

Дослідивши матеріали апеляційної справи в межах мотивів заперечення, колегія Апеляційної палати дійшла висновку про відсутність підстав для задоволення заперечення.

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 Товариству з обмеженою відповідальністю «СТОЛИЧНИЙ ЦУМ» у задоволенні заперечення повністю.
2. Рішення УКРНОІВІ від 11.09.2023 про реєстрацію торговельної марки «Київський Шлях ЦУМ, комб.» за заявкою № m 2021 22051 залишити чинним.

Рішення набирає чинності з дати його затвердження наказом Державної організації «Український національний офіс інтелектуальної власності та інновацій». Затверджене рішення може бути оскаржено у судовому порядку протягом двох місяців від дати його одержання.

Головуючий колегії
Члени колегії

Ю. В. Ткаченко
І. А. Костенко
Т. М. Бабенко



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/69-26 від
29.06.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Ткаченко Ю. В. 29.06.2026 15:14
04AF212836405D990400
0000594C3D004EA0ED00



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/69-26 від
29.06.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Костенко І. А. 29.06.2026 14:58
3FAA9288358EC0030400
00009D673A0000A6DB00



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/69-26 від
29.06.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Бабенко Т. М. 29.06.2026 14:26
04AF212836405D990400
0000DE493D003690ED00