

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ УКРНОІВІ

21.09.2026 № 265/2026



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

19 серпня 2026 року

Колегія Апеляційної палати УКРНОІВІ, затверджена розпорядженням заступника голови Апеляційної палати Горбик Ю. А. від 17.08.2026 № Р-АП/158-26, у складі головуючого Теньової О. О. та членів колегії Ткаченко Ю. В., Кронди О. Ю., за участю секретаря засідання Лазарець І. М., розглянула заперечення Макарука Михайла Павловича проти рішення УКРНОІВІ від 22.04.2024 про відмову в реєстрації торговельної марки «MONTRE, комб.» за заявкою № т 2022 07615.

Представник апелянта – Горбоконь В. Ю.

Представник УКРНОІВІ – Будкевич В. В.

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

Апелянт не погоджується з рішенням УКРНОІВІ від 22.04.2024 про відмову в реєстрації торговельної марки «MONTRE, комб.» за заявкою № т 2022 07615, прийнятим на підставі висновку експертизи про те, що заявлене позначення згідно з наведеним в матеріалах заявки переліком є описовим щодо товарів

14 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП), які входять до узагальнюючого поняття «годинники», вказує на вид товарів, зазначенням на які воно є, а також є таким, що може ввести в оману щодо товарів 14 класу МКТП, які не відповідають вищезазначеному визначенню; для всіх товарів 14 класу МКТП є схожим настільки, що його можна сплутати з комбінованою торговельною маркою «MONTRES SWISS & FRENCH, комб.» (свідоцтво № 63868 від 07.07.2006, заявка № m 2004 0605761 від 02.06.2004), раніше зареєстрованою в Україні на ім'я Спільного Українсько-Кіпрського підприємства у формі товариства з обмеженою відповідальністю «МІКРОПРИБОР» – «MICROPRYBOR» (з іноземною інвестицією) (UA) щодо таких самих та споріднених товарів, та зазначає таке.

Словесний елемент «MONTRE» є французьким словом, що перекладається українською мовою як «годинник». Водночас, на думку апелянта, пересічний український споживач не обов'язково розуміє значення цього слова. Крім того, заявлене позначення є комбінованим та містить зображувальний елемент у вигляді стрілок годинника, розміщених усередині літери «О», який, на думку апелянта, має самостійне графічне вираження та надає позначенню індивідуального характеру. У зв'язку з цим апелянт вважає помилковим висновок про те, що зображувальний елемент лише підкреслює семантичне значення словесного елемента, а заявлене позначення є описовим щодо частини заявлених товарів 14 класу МКТП.

Стосовно здатності позначення вводити споживачів в оману щодо товарів, які не відповідають визначенню «годинник», апелянт зазначає, що використання слова «MONTRE», яке означає «годинник», саме по собі не створює підстав для висновку про оманливість позначення. На його думку, позначення містить зображення годинникових стрілок та використовується у сфері продажу годинників і відповідних аксесуарів, а тому його зміст відповідає характеру діяльності апелянта.

Наявність у переліку товарів 14 класу МКТП товарів, які не є годинниками, не може сама по собі свідчити про здатність позначення вводити споживача в оману, оскільки для встановлення оманливості має існувати реальна можливість формування у споживача хибного уявлення щодо відповідного товару. На думку апелянта, така небезпека відсутня.

Стосовно схожості із торговельною маркою «MONTRES SWISS & FRENCH, комб.» за свідоцтвом № 63868 апелянт зазначає, що заявлене та протиставлене позначення є комбінованими, однак мають істотні відмінності за їх загальним візуальним сприйняттям.

Заявлене позначення містить словесний елемент «MONTRE», виконаний заголовними стилізованими літерами латиниці зеленого кольору із зображенням стрілок годинника всередині літери «О». Натомість протиставлена торговельна марка містить словесний елемент «MONTRES», виконаний заголовними літерами латиниці, а також додаткові словесні елементи «SWISS & FRENCH», розміщені під ним, і графічну лінію, що розділяє словесні елементи позначення.

Водночас протиставлена торговельна марка зареєстрована без зазначення кольору.

Апелянт звертає увагу на те, що «MONTRE» та «MONTRES» відрізняються за кількістю літер та граматичною формою – однина і множина, а протиставлене позначення додатково містить словосполучення «SWISS & FRENCH», яке відсутнє у заявленому позначенні. На його думку, сукупність зазначених словесних та графічних відмінностей зумовлює різне загальне враження від порівнюваних позначень.

Водночас апелянт не заперечує щодо наявності певної фонетичної та семантичної близькості між елементами «MONTRE» та «MONTRES», однак вважає, що сама по собі така близькість не зумовлює схожості позначень до ступеня їх сплутування, оскільки при оцінці комбінованих позначень має враховуватися їх сприйняття в цілому та сукупність усіх словесних і зображувальних елементів.

Апелянт зазначив, що мережа магазинів «MONTRE» функціонує понад 20 років та має магазини у різних містах України. Заявлене позначення тривалий час використовується у діяльності мережі, зокрема на вивісках, рекламних матеріалах, візитівках, фірмовому пакуванні, а з 2012 року – в інтернет-магазині за вебадресою <https://montre.com.ua/>. За твердженням апелянта, мережа є офіційним представником понад 20 відомих брендів годинників в Україні, що сприяє її впізнаваності серед споживачів.

Крім того, апелянт посиляється на активне використання заявленого позначення у соціальних мережах, зокрема на сторінках «Facebook»: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100063952122757>, та «Instagram»: https://www.instagram.com/montre_ua/. На думку апелянта, тривалість використання позначення, його присутність у рекламних матеріалах, на вебсайті та в соціальних мережах, а також відгуки покупців і охоплення публікацій свідчать про його впізнаваність та набуття розрізняльної здатності.

З огляду на наведене, апелянт просить скасувати рішення УКРНОІВІ від 22.04.2024 про відмову в реєстрації торговельної марки «MONTRE, комб.» за заявкою № m 2022 07615 і зареєструвати заявлене позначення для всього заявленого переліку товарів 14 класу МКТП.

В обґрунтування своєї позиції представник УКРНОІВІ зазначив, що експертиза заявленого позначення проводилась відповідно до Закону¹ та Правил складання, подання та розгляду заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг, у редакції, затвердженій наказом Державного патентного відомства України від 28.07.1995 № 116, зі змінами (далі – Правила)².

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

² Під час встановлення наявності або відсутності підстав для скасування рішення 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.

Під час проведення експертизи експертом було направлено попередній висновок експертизи від 01.03.2024 № 39580/ЗМ/24 про можливу відмову в реєстрації заявленого позначення.

18.03.2024 від заявника надійшла мотивована відповідь з доводами на користь реєстрації позначення для всього заявленого переліку товарів 14 класу МКТП.

Наведені у відповіді доводи не були визнані обґрунтованими, тому 22.04.2024 експертом підготовлено висновок експертизи про невідповідність заявленого позначення умовам надання правової охорони, які встановлені пунктом 1 статті 5, статтею 6 Закону на тій підставі, що заявлене позначення:

1) є описовим щодо товарів 14 класу МКТП, які входять до узагальнюючого поняття «годинники», вказує на вид товарів, зазначенням на які воно є:

«MONTRE» – годинник (з фр.).

Стилізоване зображення циферблату годинника не надає позначенню достатньої розрізняльної здатності, а тільки підкреслює його семантичне навантаження;

є таким, що може ввести в оману щодо товарів 14 класу МКТП, які не відповідають вищезазначеному визначенню;

2) для всіх товарів 14 класу є схожим настільки, що його можна сплутати з комбінованою торговельною маркою «MONTRES SWISS & FRENCH» (свідоцтво № 63868 від 07.07.2006, заявка № m 2004 0605761 від 02.06.2004), раніше зареєстрованою в Україні на ім'я Спільного Українсько-Кіпрського підприємства у формі товариства з обмеженою відповідальністю «МІКРОПРИБОР» – «MICROPRYBOR» (з іноземною інвестицією) (UA) щодо таких самих та споріднених товарів.

На підставі висновку експертизи 22.04.2024 УКРНОІВІ було прийнято рішення про відмову в реєстрації торговельної марки «MONTRE, комб.» за заявкою № m 2022 07615.

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 пояснення представника апелянта та представника УКРНОІВІ, з'ясувала обставини, на які посилається апелянт як на підставу своїх вимог і заперечень, перевірила їх доказами, що містилися у запереченні (Вх. від 28.05.2025 № 09-3770/24), матеріалах заявки № m 2022 07615, та встановила таке.

Заявлене на реєстрацію позначення **MONTRE** за заявкою № m 2022 07615 є комбінованим та складається з одного словесного елемента «MONTRE», виконаного стандартним шрифтом заголовними літерами латиниці зеленого кольору. У середині літери «О» розміщено стилізоване зображення циферблата годинника зі стрілками та крапками. Позначення подано на реєстрацію для товарів 14 класу МКТП.

Колегія Апеляційної палати перевірила відповідність заявленого позначення «MONTRE, комб.» умовам надання правової охорони щодо наявності підстав для відмови, встановлених пунктами 2, 3 статті 6 Закону, з урахуванням пункту 4.3 Правил.

Згідно з абзацом четвертим пункту 2 статті 6 Закону не можуть одержати правову охорону позначення, які складаються лише з позначень чи даних, що є описовими під час використання щодо зазначених у заявці товарів і послуг або у зв'язку з ними, свідчать про вид, якість, склад, кількість, властивості, передбачене призначення, цінність товарів і послуг, географічне походження, місце і час виготовлення чи збуту товарів або надання послуг, або на інші характеристики товарів чи послуг.

Пунктом 4.3.1.7 Правил встановлено, що до позначень, які вказують на вид, якість, кількість, властивості, склад, призначення, цінність товарів і/або послуг, а також на місце і час їх виготовлення чи збуту, належать прості найменування товарів; зазначення категорії якості товарів; зазначення властивостей товарів, зокрема таких, що мають хвалебний характер; зазначення матеріалу або складу сировини; зазначення ваги, об'єму, ціни товарів, дати виробництва товарів; історичні дані щодо заснування виробництва, зображення нагород, що присуджені товарам; видові найменування підприємств, адреси виробників товарів або посередників.

Описовими вважаються позначення, які прямо вказують на товар чи послугу, тобто є назвами товарів або послуг, або описують його складники чи інші характеристики, можливий результат або ціль використання цього товару чи послуги, його географічне походження тощо.

Під час перевірки того, чи складається заявлене позначення лише з позначень чи даних, що є описовими при використанні щодо зазначених у заявці товарів і послуг або у зв'язку з ними, визначається загальний рівень (ступінь) описовості. Позначення вважається описовим, якщо воно виключно описує інгредієнти (складові), якість, характерні риси, ціль або призначення чи результат використання певних товарів і/або послуг тощо.

Перше зорове сприйняття позначення повинно однозначно (без додаткових доказів) створювати враження про те, що позначення вказує на товар (послугу) або на всі чи окремі (певні) його властивості чи характеристики. Описовість позначення тісно пов'язана з товарами (послугами), для яких воно заявляється на реєстрацію, і оцінюється саме стосовно цих товарів (послуг).

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

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

Оманливе позначення – позначення або його елементи, які містять відомості, що однозначно сприймаються споживачем як неправдиві, неправильні або як такі, що не відповідають реальним фактам щодо властивостей або інших якісних характеристик товарів або характеру послуг, походження товарів або послуг, а також відомості, що спотворюють істину або свідомо видаються як істинні. Якщо такі відомості у позначенні є очевидним фактом і не потребують доказів або пояснень, позначення в цілому вважається оманливим.

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.

Отже, для визначення позначення оманливим, його смислове значення повинно бути знайоме споживачу як очевидна вказівка на характеристики певного товару чи послуги. За таких умов використання цього позначення для іншого товару чи послуги очевидно буде неправильним, неправдивим і тому оманливим.

Для встановлення того, чи є заявлене позначення описовим та чи є оманливим при використанні щодо заявленого переліку товарів, колегія Апеляційної палати проаналізувала відомості, що містяться у матеріалах заперечення, а також звернулась до доступних інформаційно-довідкових джерел та відомостей, наявних у мережі «Інтернет», та зазначає таке.

Словесний елемент «MONTRE» є французьким словом, яке перекладається українською мовою як «годинник»³ – прилад для вимірювання часу протягом доби⁴.

Отже, словесний елемент «MONTRE» має конкретне семантичне значення. Водночас оцінка його сприйняття відповідним споживачем має здійснюватися не ізольовано, а з урахуванням усіх складових заявленого позначення та їх взаємозв'язку.

Колегія Апеляційної палати враховує, що словесний елемент «MONTRE» виконаний літерами латиниці, водночас у середині літери «О» розміщено стилізоване зображення циферблата зі стрілками та крапками. Такий графічний елемент безпосередньо кореспондує із семантикою словесного елемента, підсилюючи та конкретизуючи його зміст. Унаслідок цього словесна та графічна складові сприймаються у взаємному зв'язку та формують єдиний візуально-

³ <https://uk.glosbe.com/fr/uk/montre>

⁴ <https://slovnuk.ua/index.php?sword=%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D0%B8%D0%BA>

семантичний образ, не надаючи позначенню іншого або відмінного змістового навантаження.

Проаналізувавши семантичне значення та особливості виконання заявленого позначення, колегія Апеляційної палати констатує, що слово «MONTRE» має конкретне семантичне значення стосовно частини товарів 14 класу МКТП, для розуміння якого не потрібно додаткових асоціацій та логічних побудов.

Зважаючи на викладене, колегія Апеляційної палати встановила, що заявлене позначення «MONTRE, комб.» прямо вказує на вид товарів – годинники, а тому щодо таких товарів є описовим у розумінні абзацу четвертого пункту 2 статті 6 Закону.

Крім того, враховуючи семантичне значення заявленого позначення, колегія Апеляційної палати зазначає, що воно буде сприйматися споживачами як вказівка на годинники. У зв'язку з цим використання такого позначення щодо товарів, які не є годинниками, може сформувати у споживача неправильне уявлення щодо їх виду та призначення.

Отже, у разі використання заявленого позначення «MONTRE, комб.» щодо товарів 14 класу МКТП, які не є годинниками, у споживача може виникнути неправильне уявлення про вид товарів, що не відповідає його фактичним характеристикам.

На підставі викладеного колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що заявлене позначення «MONTRE, комб.» щодо товарів 14 класу МКТП, які не є годинниками, є таким, що може ввести споживачів в оману, відповідно до абзацу п'ятого пункту 2 статті 6 Закону.

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

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

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.

Колегія Апеляційної палати зауважує, що під час дослідження схожості комбінованих та словесних позначень визначається як схожість позначення в цілому, так і його окремих складових елементів, з урахуванням значимості розташування тотожного чи схожого елемента в заявленому позначенні.

Під час порівняння позначень також береться до уваги загальне враження, яке складається на основі сукупної дії звукової, графічної та смислової схожості.

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. Тому, під час експертизи позначень, увага має звертатись в першу чергу на схожість словесних елементів, а не на їх відмінність, оскільки саме схожі елементи призводять до змішування торговельних марок.



Протиставлена торговельна марка  за свідоцтвом № 63868 є комбінованою, складається зі словесного елемента «MONTRES» та словосполучення «SWISS & FRENCH», виконаних стандартним шрифтом заголовними літерами латиниці. У словесному елементі «MONTRES» літера «O» містить стилізоване зображення циферблата годинника. У словосполученні «SWISS & FRENCH» слова «SWISS» та «FRENCH» поєднані знаком «&», що використовується як позначення сполучника «and» («і»). Словесний елемент «MONTRES» та словосполучення «SWISS & FRENCH» розділені горизонтальною лінією. Торговельна марка зареєстрована для товарів 14, 18 класів та послуг 35 класу МКТП.

У ході аналізу порівнюваних позначень колегія Апеляційної палати враховує, що у протиставленій торговельній марці словесний елемент «MONTRES» займає домінуюче положення у сприйнятті позначення, тоді як словосполучення «SWISS & FRENCH» має додатковий характер та не змінює загального сприйняття торговельної марки.

За фонетичною схожістю колегія Апеляційної палати порівняла словесний елемент «MONTRE» заявленого позначення та домінуючий словесний елемент «MONTRES» протиставленої торговельної марки та встановила, що зазначені словесні елементи мають тотожне звучання, оскільки кінцева літера «S» у французькому слові «MONTRES» не вимовляється. Водночас додаткове словосполучення «SWISS & FRENCH» не усуває встановленої фонетичної схожості, оскільки не змінює звучання основного словесного елемента, який визначає характер сприйняття протиставленої торговельної марки.

З урахуванням тотожності звучання словесних елементів у заявленому позначенні та протиставленій торговельній марці, колегія Апеляційної палати вважає, що порівнювані позначення є схожими настільки, що їх можна сплутати за звучанням.

Аналіз графічної схожості показав, що порівнювані позначення мають однаковий алфавіт (латиниця) та подібне графічне виконання словесних елементів заголовними літерами стандартного шрифту, а зображення в обох

позначеннях стилізованого циферблата годинника в середині літери «О» підсилює їх графічну схожість.

Наявність у протиставленій торговельній марці додаткового словосполучення «SWISS & FRENCH» та горизонтальної лінії, що розділяє словесні частини позначення, не усуває встановленої графічної схожості порівнюваних позначень.

Під семантичною схожістю розуміється подібність покладених у порівнювані позначення понять, ідей, тобто подібність 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 семантичної схожості показав, що словесні елементи «MONTRE» та «MONTRES» мають тотожне основне семантичне значення, оскільки є формами одного французького слова, що перекладається українською мовою як «годинник», та «MONTRES» є формою множини.

Словосполучення «SWISS & FRENCH» перекладається з французької мови на українську мову як «швейцарський і французький»⁵ та має описовий характер, не змінюючи спільного смислового сприйняття порівнюваних позначень.

За результатами порівняльного аналізу заявленого позначення та протиставленої торговельної марки, враховуючи сприйняття пересічним споживачем звучання спільного словесного елемента, їх семантичного значення, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що досліджувані позначення є схожими настільки, що їх можна сплутати.

Отже, досліджувані позначення схожі, оскільки асоціюються в цілому, незважаючи на окрему різницю елементів.

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

При встановленні однорідності (спорідненості) товарів або товарів і послуг визначається принципова імовірність виникнення у споживача враження про належність їх одній особі, що виготовляє товар або надає послуги. Для встановлення такої однорідності враховується рід (вид) товарів і послуг; їх призначення; вид матеріалу, з якого товари виготовлені; умови та канали збуту товарів, коло споживачів.

За результатами порівняльного аналізу колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що товари 14 класу МКТП заявленого на реєстрацію позначення є однорідними (спорідненими) з товарами 14 класу МКТП протиставленої торговельної марки, враховуючи їх призначення, коло споживачів та можливість виникнення у них враження про те, що ці товари належать (виготовляються) одній особі.

Ураховуючи зазначене, заявлене позначення та протиставлена торговельна марка за свідоцтвом № 63863 є схожими настільки, що їх можна сплутати. Отже,

⁵ <https://www.deepl.com/uk/translator>

підстава для відмови в реєстрації заявленого позначення встановлена пунктом 3 статті 6 Закону, застосована у рішенні УКРНОІВІ правомірно.

Дослідивши матеріали 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. У задоволенні заперечення Макарука Михайла Павловича відмовити повністю.

2. Рішення УКРНОІВІ від 22.04.2024 про відмову в реєстрації торговельної марки «MONTRE, комб.» за заявкою № m 2022 07615 залишити чинним.

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

Головуючий колегії
Члени колегії

О. О. Теньова
Ю. В. Ткаченко
О. Ю. Кронда



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/112-26 від
18.09.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Теньова О. О. 18.09.2026 09:46
3FAA9288358EC0030400
000000BB3900F5FFE800



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/112-26 від
18.09.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Ткаченко Ю. В. 18.09.2026 08:40
04AF212836405D990400
0000594C3D004EA0ED00



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/112-26 від
18.09.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Кронда О. Ю. 17.09.2026 16:13
04AF212836405D990400
000050583A00644AF300