

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ УКРНОІВІ
28.08.2026 № 246/2026



МІНЕКОНОМІКИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ОРГАН ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ
ДЕРЖАВНА ОРГАНІЗАЦІЯ
«УКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ОФІС
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ТА ІННОВАЦІЙ»
(УКРНОІВІ)
АПЕЛЯЦІЙНА ПАЛАТА

вул. Дмитра Годзенка, 1, Київ, 01601, тел.: +380 44 209-27-06, +380 67 501-05-95
e-mail: office@nipo.gov.ua, <http://www.nipo.gov.ua>, код згідно з ЄДРПОУ 44673629

Р І Ш Е Н Н Я

28 липня 2026 року

Колегія Апеляційної палати УКРНОІВІ, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Білоцьким В. В. від 21.07.2026 № Р-АП/135-26, у складі головуючого Костенко І. А. та членів колегії Макаринської В. О., Ваганової В. С., за участю секретаря засідання Лазарець І. М., розглянула заперечення Сірук Марини Ігорівни, Сірука Олександра Миколайовича проти рішення УКРНОІВІ про реєстрацію торговельної марки «STEKLA FAR, комб.» за заявою № т 2023 06722, заявники – Третьякова Ганна Костянтинівна, Третьяков Андрій Анатолійович.

Представник апелянта – Боруха Д. В.

Представник заявника – Атаманчук А. Г.

Представник УКРНОІВІ – відсутній.

Сірук М. І., Сірук О. М. (далі – апелянти), подали заперечення 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.

Апелянти не погоджуються з рішенням УКРНОІВІ від 10.02.2026 про реєстрацію торговельної марки «STEKLA FAR, комб.» за заявкою № m 2023 06722 для всіх заявлених послуг 35 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП) і вважають, що заявлене позначення відносно всіх заявлених послуг не відповідає умовам надання правової охорони, визначеним пунктами 2 і 3 статті 6 Закону, оскільки: є схожим настільки, що його можна сплутати з торговельною маркою апелянтів «STEKLAFAR» за свідоцтвом від 16.02.2022 № 314793 щодо таких самих та споріднених товарів і послуг, а також може ввести в оману щодо особи, яка виробляє товар або надає послуги, а саме особи апелянтів.

На підтвердження своєї позиції апелянтами проведено детальний порівняльний аналіз за ознаками схожості заявленого позначення «STEKLA FAR, комб.» за заявкою № m 2023 06722 та протиставленої торговельної марки «STEKLAFAR» за свідоцтвом № 314793.

На основі результатів порівняльного аналізу апелянти вважають, що порівнювані позначення схожі за фонетичними, графічними та семантичними ознаками до певного ступеня сплутування.

За фонетичним критерієм, на думку апелянтів, порівнювані позначення є ідентичними, оскільки виконані літерами латиниці, однаково вимовляються як [стек-ла-фар], мають однакову кількість літер і складів, тотожну послідовність звуків, а також однаковий ритмічний та складовий поділ.

За графічним (візуальним) критерієм, на думку апелянтів, порівнювані позначення є тотожними, оскільки словесний елемент «STEKLAFAR» є домінуючим елементом заявленого позначення та повністю збігається з протиставленою торговельною маркою. Наявність графічних елементів у заявленому позначенні, на думку апелянтів, не змінює загального зорового враження та не усуває схожості позначень, а відтворення шрифтового оформлення, композиції словесного елемента та візуального акценту на частині «FAR» свідчить про копіювання дизайну торговельної марки апелянтів, який використовується ними на офіційному вебсайті: <https://steklafar.ua/>.

За семантичним (смысловим) критерієм, на думку апелянтів, порівнювані позначення також є тотожними, оскільки містять однаковий словесний елемент «STEKLAFAR» та передають один і той самий змістовий образ. Апелянти зазначають, що словесний елемент «STEKLAFAR» може асоціюватися з їх діяльністю, пов'язаною з автомобільними фарами, склом фар та відповідними комплектуючими. На обґрунтування цього апелянти посилаються на складові словесного елемента: «STEKLA», який є транслітерацією українського слова «скла», та «FAR», який, на їх думку, є вказівкою на фари. У зв'язку з цим апелянти вважають, що «STEKLAFAR» сприймається як позначення, пов'язане зі склом для фар.

Також, апелянти проаналізували переліки послуг 35 класу МКТП заявленого позначення та товарів 11 класу МКТП протиставленої торговельної марки та дійшли висновку про їх спорідненість, оскільки заявлені послуги з продажу, рекламування та просування товарів безпосередньо стосуються товарів 11 класу МКТП, зокрема автомобільних фар та запчастин до них, орієнтовані на одне коло споживачів та реалізуються через одні й ті самі канали збуту. На думку апелянтів, це зумовлює ймовірність сплутування таких товарів і послуг споживачами.

Також на думку апелянтів, заявлене позначення може ввести споживача в оману щодо особи, яка виробляє товар або надає послуги, оскільки позначення «STEKLAFAR» за свідоцтвом № 314793 тривалий час використовується апелянтами у господарській діяльності у сфері продажу автомобільних фар, скла фар, комплектуючих та супутніх товарів, а також їх рекламування та просування.

Апелянти зазначили, що торговельна марка систематично та публічно використовується через офіційні ресурси, зокрема офіційний вебсайт <https://steklafar.ua/>, через який здійснюються продаж продукції, рекламування товарів, інформування споживачів, просування бренду та оформлення замовлень. Також, за твердженням апелянтів, позначення використовується в офіційному магазині на платформі AVTO.PRO за посиланням: <https://avto.pro/shops/71311/>; в онлайн-магазині на OLX за посиланням: <https://steklafar.olx.ua/>; у соціальних мережах та на ділових платформах, зокрема LinkedIn за посиланням: <https://www.linkedin.com/company/farfarlight/> та Pinterest за посиланням: <https://www.pinterest.com/uafarlight/>.

Крім того, апелянти посилаються на використання торговельної марки у професійній діяльності, її рекламуванні, зокрема і під час участі у профільній виставці у травні 2026 року, а також на брендованій продукції та корпоративних матеріалах, серед яких: брендовані жилетки, футболки, шкарпетки, брелоки, термочашки, рекламні плакати та пакувальний скотч.

На підтвердження активного використання позначення апелянти також надали статистичні показники роботи офіційного вебсайту <https://steklafar.ua/>, сформовані сервісами Google. Згідно з наведеними показниками, сайт мав 6,53 тис. кліків, 200 тис. показів та 901 сторінку, яка була вперше показана. На думку апелянтів, зазначені показники підтверджують функціонування вебсайту як діючого комерційного ресурсу, через який здійснюються представлення, рекламування та продаж продукції під торговельною маркою «STEKLAFAR».

Апелянти вважають, що систематичне використання торговельної марки у господарській діяльності, її представлення на вебсайті та просування сформували у споживачів стійку асоціацію позначення «STEKLAFAR» саме з діяльністю апелянтів.

Водночас заявники, за твердженням апелянтів, фактично здійснюють діяльність у тій самій сфері, використовуючи при цьому аналогічне позначення. З огляду на тотожність позначень, спорідненість товарів і послуг, однакове коло споживачів та спільну сферу господарської діяльності апелянти вважають, що у споживача може виникнути хибне уявлення про те, що відповідні послуги надаються апелянтами або особою, пов'язаною з ними. Таким чином, на думку апелянта, заявлене позначення може ввести споживача в оману щодо особи, яка виробляє товар або надає відповідні послуги.

Також апелянти вважають, що дії заявників щодо реєстрації заявленого позначення мають ознаки недобросовісної конкуренції, оскільки його використання у сфері продажу автомобільної оптики та копіювання позначення і елементів фірмового стилю апелянтів може забезпечити заявникам необґрунтовану конкурентну перевагу за рахунок асоціацій із діяльністю та діловою репутацією апелянтів.

Ураховуючи зазначене, апелянти просять скасувати рішення УкрНОІВІ від 10.02.2026 про реєстрацію торговельної марки «STEKLA FAR, комб.» за заявкою № т 2023 06722 та відмовити в наданні правової охорони цьому позначенню відносно всього переліку заявлених послуг 35 класу МКТП.

Експертиза заявленого позначення проводилася відповідно до пункту 1 статті 5, пунктів 1-5 статті 6 Закону, з урахуванням 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 позначення за заявкою № т 2023 06722 експертом було направлено заявникам попередній висновок експертизи від 11.10.2024 вих. № 178763/ЗМ/24 про можливу відмову в реєстрації заявленого позначення.

Також 02.04.2025 Сірук О. М., Сірук М. І. було подано мотивоване заперечення проти заявки № т 2023 06722 (25/ЗМ/Вх№18083) щодо невідповідності наведеного в ній позначення умовам надання правової охорони.

28.10.2025 від заявників надійшла відповідь на мотивоване заперечення від 02.04.2025 (25/ЗМ/Вх№18083) з доводами на користь реєстрації заявленого позначення.

16.01.2026 від заявників надійшло погодження з попереднім висновком експертизи від 11.10.2024 вих. № 178763/ЗМ/24 про можливу відмову в реєстрації заявленого позначення.

Під час проведення кваліфікаційної експертизи було розглянуто мотивоване заперечення апелянтів та відповідь заявників. Доводи, наведені апелянтами в запереченні, не були враховані в частині заявлених послуг 35

класу МКТП, оскільки заявники у відповіді на попередній висновок експертизи надали згоду на скорочення переліку товарів і послуг, а наведені ними у відповідь на заперечення аргументи та відомості експерт визнав обґрунтованими. Це стало підставою для висновку про відповідність заявленого позначення умовам надання правової охорони.

На підставі висновку експертизи від 10.02.2026 було прийнято рішення про реєстрацію торговельної марки «STEKLA FAR, комб.» за заявкою № т 2023 06722 відносно скороченого переліку послуг 35 класу МКТП.

Заявники – Третьякова Г. К., Третьяков А. А. (далі – заявники) не погоджуються з доводами апелянтів щодо невідповідності заявленого позначення умовам надання правової охорони та повністю підтримують рішення УКРНОІВІ від 10.02.2026 про надання правової охорони торговельній марці «STEKLA FAR, комб.» за заявкою № т 2023 06722 відносно послуг 35 класу МКТП.

Заявники зазначили, що апелянти фактично порівнюють окремі елементи позначень, не враховуючи їхнього загального сприйняття. Заявлене на реєстрацію позначення є комбінованим та містить словесний елемент «STEKLA FAR», розміщений на чорному тлі, а також стилізоване зображення контуру фари, в якому розміщено частину словесного елемента «FAR», що, на думку заявників, у сукупності утворює нову композицію. Протиставлена торговельна марка є словесною та утворена поєднанням двох елементів, які при транслітерації українською мовою сприймаються як вказівка на «скла фар», у зв'язку з чим таке позначення має слабку розрізняльну здатність щодо відповідних товарів.

На підтвердження своїх доводів заявники посилаються на постанову Верховного Суду від 15.12.2020 у справі № 914/1667/18 щодо значення графічних елементів та загального враження від порівнюваних позначень.

Стосовно використання протиставленої торговельної марки за свідоцтвом № 314793 заявники зазначають, що апелянтами не надано належних доказів її використання для товарів 11 класу МКТП. На думку заявників, наведені апелянтами матеріали стосуються інших товарів, зокрема одягу та друкованої продукції, а вебсайт <https://steklafar.ua/> є інтернет-магазином, на якому пропонуються товари різних виробників. У зв'язку з цим заявники заперечують набуття протиставленою торговельною маркою розрізняльної здатності чи репутації внаслідок використання.

Заявники окремо заперечують доводи апелянтів щодо копіювання дизайну заявленого позначення та торговельної марки, яка використовується на вебсайті <https://steklafar.ua/>. На підтвердження цього вони посилаються на відомості ТОВ «Хостмайстер», відповідно до яких доменне ім'я «steklafar.ua» зареєстроване 14.03.2022, а також на дані сервісу Wayback Machine, згідно з якими перша зафіксована дата існування вебсайту за цією адресою – 29.03.2025.

З огляду на це заявники вважають, що наведені відомості не підтверджують використання апелянтами торговельної марки на вебсайті до дати подання заявки № m 2023 06722 від 28.04.2023.

Водночас, заявники використовують заявлене позначення щонайменше з квітня 2019 року. Зокрема, 06.04.2019 заявники зареєстрували доменне ім'я «steklafar.com.ua», на якому функціонував інтернет-магазин з продажу скла фар для автомобілів та супутніх товарів. На підтвердження цього заявники посилаються на відомості ТОВ «Хостмайстер», дані Wayback Machine за посиланням: <https://web.archive.org/web/20190425010731/http://steklafar.com.ua/>; відгуки споживачів на сервісі Google за посиланням: https://www.google.com/search?sca_esv=eb4a87c5f9210c3d&rlz=1C1GCEA_enUA1147UA1149&sxsrf=ANbL-n6VNZt_MFqkaGrSz_O0JKXNrX-pvQ:1778683858451&si=AL3DRZEsmMGCryMMFSHJ3StBhOdZ2-6yYkXd_doETEE1OR-qOTfMYTCbqnkFEX6BDHzVMng35N7-jZnGG5Gh0_U-OjbOnJUWTK0xBTVvbCdyMDOAgL9hoQ4HP61cOu3t4ksFZJ0aSzF-gslNxQ49UV9ipkYN_N4Zg%3D%3D&q=Steklafar+%D0%92%D1%96%D0%B4%D0%B3%D1%83%D0%BA%D0%B8&sa=X&ved=2ahUKEwiEz7PcwbaUAxVz-wIHHaWNKVgQ0bkNegQILBAH&biw=1536&bih=695&dpr=1.25; скріншоти сторінки кабінету заявників в Google Ads щодо реклами власного вебсайту за період з травня по жовтень 2020 року та щодо витрат на рекламу вебсайту за травень 2024 року; відомості з Google Analytics; дані власної CRM-системи щодо продажу товарів, а також зображення сторінки в соціальній мережі Instagram з публікаціями за 2021 рік.

Зазначені матеріали підтверджують використання заявленого позначення задовго до дати подання заявки на заявлене позначення та до дати подання заявки на реєстрацію протиставленої торговельної марки.

Щодо інших доказів використання, на які посилаються апелянти, заявники зазначили, що сторінка на маркетплейсі AVTO.PRO має дату створення 16.02.2021 та переважно використовується під позначенням «FarFarLight», а на сторінці OLX, у соціальних мережах LinkedIn та Pinterest, на думку заявників, відсутні належні підтвердження використання позначення «STEKLAFAR» до дати подання заявки № m 2023 06722. Також заявники вважають неналежними посилення апелянтів на участь у виставці у травні 2026 року, оскільки така подія відбулася після дати подання заявки та не підтверджує обставини, що існували на відповідну дату.

Стосовно наданих апелянтами зразків сувенірної та брендованої продукції заявники зазначають, що такі матеріали не підтверджують використання торговельної марки щодо товарів 11 класу МКТП.

Заявники також заперечують твердження апелянтів щодо наявності у них недобросовісного наміру під час використання заявленого позначення. Оскільки використання ними заявленого позначення розпочалося щонайменше

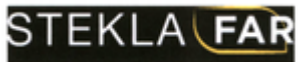
у 2019 році, тобто до подання заявки на реєстрацію протиставленої торговельної марки, відсутні підстави вважати, що при поданні заявки № т 2023 06722 вони мали намір скористатися репутацією апелянтів.

З огляду на наведене заявники вважають, що заявлене позначення має самостійний індивідуальний характер, а його використання у сфері послуг з продажу скла фар та супутніх товарів пов'язується споживачами саме із заявниками. Вони також вважають, що наведені апелянтами обставини не підтверджують наявності недобросовісного наміру, копіювання позначення чи використання ділової репутації апелянтів.

Ураховуючи наведене, заявники просять відмовити апелянтам у задоволенні заперечення та залишити чинним рішення УКРНОІВІ від 10.02.2026 про надання правової охорони торговельній марці «STEKLA FAR, комб.» за заявкою № т 2023 06722.

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 апелянтів та які необхідно встановити для прийняття рішення, заслухала вступне слово представників сторін, з'ясувала обставини, на які сторони посилаються як на підставу своїх вимог і заперечень, та перевірила їх доказами, що містилися в запереченні (від 09.04.2026 № Вх-24776/2026), відзиві представника заявників (від 14.05.2026 № Вх-34294/2026), та встановила таке.

Заявлене за заявкою № т 2023 06722 позначення  є комбінованим та складається з двох словесних елементів «STEKLA» та «FAR», а також зображувального елемента у вигляді стилізованого контуру фари. Словесні елементи виконано заголовними літерами латиниці білого кольору та розміщені на чорному прямокутному тлі. Словесний елемент «FAR» візуально виділено жовтим контуром, стилізованим під форму автомобільної фари. Позначення подано на реєстрацію відносно послуг 35 класу МКТП.

Протиставлена словесна торговельна марка  за свідоцтвом № 314793, складається з одного словесного елемента, виконана стандартним шрифтом заголовними літерами латиниці, зареєстрована для товарів 11 класу МКТП.

З метою з'ясування обставин, якими апелянти та заявники обґрунтовують 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 пунктами 2 і 3 статті 6 Закону, з урахуванням глави 2 розділу II та глави 8 розділу VI 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.

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

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

Пунктом 16 глави 2 розділу II Правил визначено, що позначення вважається таким, що асоціюється у споживача з іншим позначенням, якщо наявний усталений зв'язок між цими позначеннями, унаслідок чого споживач може припустити, що товари і/або послуги із такими позначеннями походять з єдиного джерела, тобто належать одній особі або пов'язаним особам (імовірність асоціації).

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 співпадаючих звукосполучень, близькість складу голосних і приголосних; характер співпадаючих частин позначень; 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 написане 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.

Відповідно до пункту 9 глави 2 Розділу II Правил позначення вважається таким, що займає домінуюче положення у зображенні торговельної марки, якщо воно превалює у смисловому та/або просторовому значенні над сукупністю інших елементів торговельної марки, тобто суттєво впливає на сприйняття загальної композиції торговельної марки.

Домінуюче положення позначення у зображенні торговельної марки може визначатися за такими факторами або їх сукупністю: впливом позначення на зорове і/або фонетичне, семантичне сприйняття зображення торговельної марки; геометричним розміром позначення; місцем розташування позначення у площині зображення торговельної марки; смисловим значенням позначення.

Колегія Апеляційної палати провела порівняльний аналіз заявленого позначення та протиставленої апелянтом торговельної марки і зазначає таке.

Під час порівняльного аналізу фонетичних (звукових) ознак словесних елементів заявленого позначення «STEKLA FAR» за заявкою № т 2023 06722 та протиставленої торговельної марки «STEKLAFAR» за свідоцтвом України № 314793 встановлено, що їхня звукова схожість зумовлена повною тотожністю голосних і приголосних звуків та ідентичним звучанням позначень у цілому. Обидва позначення включають однакові словесні елементи, мають однакову кількість складів і звуків, збігаються за наголосом. Відсутність будь-яких відмінних або додаткових звукових компонентів свідчить про повну фонетичну тотожність порівнюваних позначень.

Щодо візуальної (графічної) схожості колегія Апеляційної палати встановила, що заявлене позначення є схожим із протиставленою торговельною маркою, незважаючи на відмінності в кольоровому виконанні та стилістичному оформленні шрифту в заявленому позначенні. Саме словесні елементи займають домінуюче положення в досліджуваних позначеннях і привертають до себе основну увагу. Графічне оформлення заявленого позначення не впливає на відмінне сприйняття словесного елемента.

Провівши порівняльний аналіз, колегія Апеляційної палати встановила семантичну тотожність порівнюваних позначень.

Оцінюючи семантичну схожість, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що домінуючим словесним елементом заявленого позначення, на який падає логічний наголос, є словосполучення «STEKLA FAR», що не має чітко визначеного семантичного значення та самостійного перекладу з англійської мови.

Словесний елемент «STEKLA» є транслітерацією українського слова «стекла/скла», яке є формою множини слова «скло», що означає твердий, прозорий матеріал на основі оксиду кремнію, який має аморфну структуру¹. Словесний елемент «FAR» сприймається як транслітерація українського слова «фар» – родового відмінка множини від слова «фара» - и, ж. Електричний ліхтар із рефлектором на передній частині автомобіля, трактора, локомотива тощо для освітлення дороги, яким позначається освітлювальний прилад на транспортному засобі².

Поєднання словесних елементів «STEKLA» і «FAR» у заявленому позначенні та протиставленій торговельній марці формує однакоке смислове

¹ <https://www.designofglass.com.ua/blog/shcho-take-sklo-z-chogo-iogo-roblyat-vlastivosti-ta-osnovni-vidi>

² <https://slovnnyk.ua/index.php?sword=%D1%84%D0%B0%D1%80%D0%B0>

навантаження та безпосередньо асоціюється зі склом автомобільних фар. Наявність пробілу між словесними елементами у заявленому позначенні не змінює їх змістового сприйняття та не впливає на загальне семантичне значення порівнюваних позначень. Отже, обидва позначення викликають у споживача однакові смислові асоціації, що свідчить про їх семантичну тотожність.

За результатами фонетичного, візуального та семантичного порівняльного аналізу заявленого позначення та протиставленої торговельної марки колегія Апеляційної палати зробила висновок, що заявлене позначення повністю асоціюється з протиставленою торговельною маркою.

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.

Заявлене позначення «STEKLA FAR, комб.» за заявкою № m 2023 06722 подане на реєстрацію для всіх послуг 35 класу МКТП.

Протиставлена торговельна марка «STEKLAFAR» за свідоцтвом України № 314793 зареєстрована для товарів 11 класу МКТП, а саме: «фари для автомобілів; фари для транспортних засобів; запчастини для автомобільних фар, крім склоочисників».

Водночас правову охорону заявленому позначенню надано з обмеженням щодо послуг 35 класу МКТП, пов'язаних із введенням у цивільний оборот товарів 11 класу МКТП.

Зазначене обмеження враховується колегією Апеляційної палати під час оцінки спорідненості товарів і послуг. Як убачається з наданих апелянтами матеріалів, на вебсайті steklafar.com.ua заявники здійснюють реалізацію товарів, зокрема скла для автомобільних фар та інших товарів, пов'язаних з автомобільними фарами. Наведені відомості характеризують фактичний напрям

господарської діяльності заявників та можуть враховуватися як додаткова обставина під час оцінки спорідненості товарів і послуг.

Відповідно до «Загальних зауважень» до МКТП послуги здебільшого класифікуються відповідно до видів діяльності, вказаних у заголовках класів послуг і відповідних пояснювальних примітках.

Послуги 35 класу МКТП є такими, що надаються особами чи організаціями, які безпосередньо допомагають в роботі або керуванні справами іншого промислового чи комерційного підприємства.

Хоча продаж товарів не можна вважати послугою, діяльність, пов'язана з розміщенням товарів в одному місці, яке дозволяє покупцям оглядати і купувати їх, належить до 35 класу МКТП. Такі послуги можуть здійснюватися підприємствами роздрібною торгівлі, через каталоги пошлікової торгівлі або магазини роздрібною торгівлі в режимі онлайн.

Рекламування є однією з ключових послуг 35 класу МКТП і послуги, призначені на рекламні потреби, зазвичай належать до 35 класу МКТП.

Колегія вважає, що порівнювані товари та послуги мають безпосередній функціональний і комерційний зв'язок, оскільки послуги 35 класу, пов'язані з рекламуванням, просуванням, демонструванням, представленням та реалізацією товарів, спрямовані на забезпечення їх продажу кінцевим споживачам, тоді як товари 11 класу є безпосереднім предметом відповідної господарської діяльності. Такі товари та послуги мають спільне коло споживачів, можуть використовувати однакові або взаємопов'язані канали збуту та надаватися/реалізовуватися через одні й ті самі торговельні майданчики та вебсайти.

Матеріалами, наданими сторонами, підтверджується, що сторони використовують мережу «Інтернет», зокрема власні вебсайти, для представлення та реалізації товарів у сфері автомобільної оптики. На вебсайтах обох сторін пропонуються, зокрема, скло та інші комплектуючі до автомобільних фар, що додатково підтверджує характер пропонування порівнюваних товарів і послуг та їх взаємозв'язок у комерційній діяльності.

З огляду на наведене, колегія Апеляційної палати вважає, що між відповідними послугами 35 класу МКТП та товарами 11 класу МКТП існує спорідненість, оскільки вони пов'язані за своїм функціональним і комерційним призначенням, колом споживачів, способами пропонування та реалізації.

Водночас колегія Апеляційної палати не погоджується з доводами представника заявників, наведеними під час засідання 28.07.2026 року, щодо неможливості врахування відомостей про фактичну діяльність заявників, розміщених на вебсайті «steklafar.com.ua», під час оцінки спорідненості товарів і послуг.

Колегія зазначає, що такі відомості не визначають спорідненість товарів і послуг самі по собі, а враховуються як додаткові фактичні обставини поряд із

заявленими та зареєстрованими товарами і послугами та встановленими Правилами критеріями.

Ураховуючи вищевикладене, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що позначення за заявкою № m 2023 06722 та торговельна марка за свідоцтвом № 314793 є схожими настільки, що їх можна сплутати.

Стосовно посилань заявників на постанову Верховного Суду від 15.12.2020 у справі № 914/1667/18, яка, на їх думку, підлягає врахуванню під час розгляду цього заперечення, колегія Апеляційної палати зазначає таке.

Відповідно до частин п'ятої та шостої статті 13 Закону України «Про судоустрій і статус суддів» висновки щодо застосування норм права, викладені у постановах Верховного Суду, є обов'язковими для суб'єктів владних повноважень, які застосовують у своїй діяльності відповідний нормативно-правовий акт, та враховуються іншими судами під час застосування таких норм права.

Разом з тим, обов'язковому врахуванню підлягають саме висновки Верховного Суду щодо застосування норм права. Обставини, встановлені судом під час розгляду іншої справи, оцінка конкретних доказів, а також висновки щодо схожості конкретних позначень зумовлені предметом та фактичними обставинами відповідної справи і не мають наперед установленого значення під час розгляду іншої справи.

Постанова Верховного Суду від 15.12.2020 у справі № 914/1667/18, на яку посилаються заявники, стосується оцінки інших позначень та ухвалена з урахуванням конкретних обставин і доказів, досліджених у межах зазначеної справи. Висновки, зроблені судом за результатами порівняння позначень у такій справі, стосуються безпосередньо позначень, які були предметом розгляду у відповідній справі, та не можуть автоматично поширюватися на позначення, що порівнюються у цій справі.

Відповідно до пунктів 1–3 глави 7 розділу I Регламенту доказами у справі за запереченнями є будь-які фактичні дані, на підставі яких колегія встановлює наявність чи відсутність обставин, на яких ґрунтуються вимоги і заперечення сторін, а також інших обставин, що мають значення для правильного розгляду заперечення. Належними є докази, які містять інформацію щодо предмета заперечення. Допустимими є докази, одержані відповідно до закону. Докази, одержані з порушенням закону, не приймаються. Обставини, які відповідно до законодавства повинні бути підтверджені певними засобами доказування, не можуть підтверджуватися іншими засобами доказування.

Колегія не бере до розгляду докази, які не стосуються предмета заперечення. Подані заявниками матеріали оцінюються колегією Апеляційної палати за своїм внутрішнім переконанням, що ґрунтується на їх безпосередньому, всебічному, повному та об'єктивному дослідженні.

Колегія оцінює належність та допустимість кожного доказу окремо, а також достатність і взаємний зв'язок доказів у їх сукупності відповідно до пункту 5 глави 7 розділу I Регламенту.

З урахуванням викладеного, посилення заявників на постанову Верховного Суду від 15.12.2020 у справі № 914/1667/18 не можуть бути покладені в основу висновків колегії Апеляційної палати у цій справі, оскільки наведені у зазначеній постанові висновки щодо схожості позначень зроблені за результатами оцінки інших позначень та з урахуванням конкретних обставин і доказів відповідної справи. Відтак такі висновки не мають значення для встановлення схожості позначень, що є предметом розгляду у цій справі.

Стосовно доводів апелянтів про те, що у разі використання заявленого позначення «STEKLA FAR, комб.» за заявкою № m 2023 06722 щодо заявлених послуг на ринку України існує небезпека введення споживачів в оману щодо особи, яка виробляє товар або надає послуги, а саме щодо особи апелянтів, колегія Апеляційної палати зазначає таке.

Відповідно до абзацу шостого пункту 2 статті 6 Закону не можуть одержати правову охорону позначення, які можуть ввести в оману щодо 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.

З матеріалів заперечення та відомостей, розміщених на офіційному вебсайті апелянтів <https://steklafar.ua/>, вбачається, що апелянти здійснюють діяльність у сфері автомобільної оптики та комплектуючих до автомобільних фар. Зазначений інтернет-магазин працює з 2016 року та пропонує оригінальні й аналогові деталі для автомобільних фар, зокрема скло та корпуси фар головного світла. На сайті зазначено про наявність понад 4000 моделей фар і корпусів, а також про обслуговування майстерень автосвітла, авторозбірок, СТО, детейлінг-студій, автомагазинів, страхових компаній та індивідуальних власників автомобілів³.

Відомості, розміщені на вебсайті апелянтів, також свідчать про широкий асортимент товарів для автомобільної оптики, зокрема Bi-LED лінз, компонентів та інструментів для фар, герметиків та інших комплектуючих.

На підтвердження фактичного використання торговельної марки «STEKLAFAR» апелянтами також надано відомості щодо її використання на торговельних та інформаційних ресурсах, зокрема AVTO.PRO та OLX, у соціальних мережах Instagram та Pinterest, а також на діловій платформі LinkedIn, на брендованій продукції та суверенірих матеріалах. Фактичне використання позначення також підтверджується статистичними показниками роботи офіційного вебсайту <https://steklafar.ua/>, сформованими за допомогою сервісів Google. Згідно з наведеними даними, вебсайт мав 6,53 тис. кліків, 200 тис. показів та 901 сторінку, яка була вперше показана. Наведені показники свідчать про функціонування вебсайту як діючого комерційного ресурсу, що використовується для представлення та просування товарів під торговельною маркою «STEKLAFAR».

Отже, торговельна марка «STEKLAFAR» за свідоцтвом № 314793 пов'язана з фактичною та тривалою діяльністю апелянтів у чітко визначеній сфері – автомобільної оптики, комплектуючих до фар та пов'язаних із їх ремонтом і відновленням товарів та послуг, що відповідає 11 класу МКПТ для якого вона охороняється.

Водночас з матеріалів справи вбачається, що заявники також здійснюють діяльність у сфері, безпосередньо пов'язаній з автомобільною оптикою та її комплектуючими, та використовують позначення «STEKLA FAR, комб.» для представлення відповідної діяльності споживачам.

Зокрема, на вебсайті заявників steklafar.com.ua під позначенням «STEKLA FAR, комб.» пропонуються скло для фар автомобілів, корпуси фар та внутрішні

³ <https://steklafar.ua/pro-nas?utm>

елементи фар, у тому числі лінзи, відбивачі та хромовані декоративні елементи. На цьому ж вебсайті зазначено про можливість виконання ремонтних робіт по фарах та їх заміни на СТО⁴.

За твердженнями заявників, доменне ім'я `steklafar.com.ua` було зареєстровано 06.04.2019, а на відповідному вебсайті функціонував інтернет-магазин з продажу скла фар для автомобілів та супутніх товарів. На підтвердження зазначених обставин заявниками надано відомості ТОВ «Хостмайстер», дані сервісу Wayback Machine із зафіксованою вебсторінкою від 25.04.2019, відомості щодо рекламування вебсайту за допомогою Google Ads у період з травня по жовтень 2020 року, дані Google Analytics, відомості власної CRM-системи щодо продажу товарів, а також скриншот сторінки з соціальної мережі Instagram з публікаціями за 2021 рік.

Щодо цього, колегія Апеляційної палати зазначає, що захист прав на торговельну марку здійснюється у судовому та іншому встановленому законом порядку визначеному статтею 35 Закону і не належить до компетенції Апеляційної палати.

Матеріали справи свідчать про використання сторонами позначень «STEKLAFAR» та «STEKLA FAR» у межах одного сегмента ринку – автомобільної оптики та комплектуючих до автомобільних фар. Обидві сторони пропонують споживачам, зокрема, скло та інші комплектуючі до фар, а представлення і реалізація відповідних товарів здійснюються, у тому числі, через мережу «Інтернет».

Крім того, колегія враховує характер використання сторонами відповідних вебресурсів. Доменні імена `steklafar.ua` та `steklafar.com.ua` мають однакову словесну основу «steklafar», а самі вебсайти використовуються для представлення та реалізації товарів і послуг у сфері автомобільної оптики. При цьому їхнє функціональне та візуальне оформлення має низку подібних рис: на обох ресурсах споживачеві пропонуються товари для автомобільних фар, зокрема скло та комплектуючі, інформація представлена у форматі інтернет-магазину, а позначення «STEKLAFAR» / «STEKLA FAR, комб.» використовується як основний засіб індивідуалізації відповідної комерційної діяльності.

За таких обставин схожість не обмежується лише словесним елементом позначень. Характер використання відповідних позначень у мережі «Інтернет», зокрема їх використання для представлення та реалізації однорідних товарів і послуг через вебресурси з однаковою словесною основою, додатково посилює можливість виникнення у споживачів асоціацій щодо походження таких товарів від однієї особи або щодо наявності господарського чи іншого зв'язку між апелянтами та заявниками.

⁴ <https://steklafar.com.ua/ua?utm>

З огляду на встановлену тотожність словесного елемента заявленого позначення «STEKLA FAR, комб.» раніше зареєстрованій торговельній марці апелянтів «STEKLAFAR» за свідоцтвом № 314793, однорідність товарів/послуг, способи їх представлення та реалізації, а також використання сторонами вебресурсів з однаковою словесною основою, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що використання заявленого позначення «STEKLA FAR, комб.» за заявкою № т 2023 06722 щодо заявлених послуг може ввести споживачів в оману стосовно особи, яка виробляє товар або надає послугу, зокрема щодо належності відповідних товарів та послуг апелянтам або наявності між сторонами відповідного зв'язку.

Водночас колегія Апеляційної палати не погоджується з доводами заявників про те, що використання ними позначення щонайменше з 2019 року виключає можливість введення споживачів в оману щодо особи, яка виробляє товар або надає послугу, оскільки саме по собі більш раннє використання позначення не спростовує встановленої можливості виникнення у споживачів асоціації заявленого позначення з власником раніше зареєстрованої торговельної марки «STEKLAFAR» за свідоцтвом № 314793.

Зважаючи на викладене, колегія Апеляційної палати вважає, що заявлене позначення «STEKLA FAR, комб.» за заявкою № т 2023 06722 не може бути зареєстроване як торговельна марка щодо заявлених послуг 35 класу МКТП, оскільки на нього поширюються підстави для відмови, встановлені пунктами 2 та 3 статті 6 Закону.

Стосовно доводів апелянтів про те, що дії заявників щодо реєстрації торговельної марки містять ознаки недобросовісної конкуренції, колегія Апеляційної палати вважає їх такими, що не можуть бути підставою для подання заперечення та не беруться до уваги.

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 Сірук Марини Ігорівни, Сірука Олександра Миколайовича задовольнити повністю.
2. Рішення УКРНОІВІ від 10.02.2026 про реєстрацію торговельної марки «STEKLA FAR, комб.» за заявкою № т 2023 06722 скасувати.

3. Відмовити Третяковій Ганні Костянтинівні та Третякову Андрію Анатолійовичу у реєстрації торговельної марки «STEKLA FAR, комб.» за заявкою № т 2023 06722 відносно всіх заявлених послуг 35 класу МКТП.

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 та у розмірі, встановленому законодавством.

Головуючий колегії
Члени колегії

І. А. Костенко
В. О. Макаринська
В. С. Ваганова



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/104-26 від
27.08.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Костенко І. А. 27.08.2026 13:35
3FAA9288358EC0030400
00009D673A0000A6DB00



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/104-26 від
27.08.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Ваганова В. С. 27.08.2026 11:14
3FAA9288358EC0030400
000032563A008730DB00



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/104-26 від
27.08.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Макаринська В. О. 24.08.2026
12:21
3FAA9288358EC0030400
0000050A3A00634AD900