

ЗАТВЕРДЖЕНО  
Наказ УКРНОІВІ  
11.09.2026 № 255/2026



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, <http://www.nipo.gov.ua>, код згідно ЄДРПОУ: 44673629

**Р І Ш Е Н Н Я**

19 червня 2026 року

Колегія Апеляційної палати УКРНОІВІ, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Білоцьким В. В. від 19.06.2026 № Р-АП/112-26, у складі головуєчого Ткаченко Ю. В. та членів колегії Бабенко Т. М., Шатової І. О., за участю секретаря засідання Колибаби І. І, розглянула заперечення компанії Ріовара Лімітед (СУ) та Здесенка Андрія Валерійовича проти рішення від 11.04.2024 про реєстрацію торговельної марки «Winter fresh, комб.» за заявкою № m 2022 11571, заявник – Герєга Віталій Володимирович.

Представник апелянтів – Боруха Д. В.

Представник заявника – Вовк С. С.

Представники УКРНОІВІ – Кузьменко Л. М., Соколік Ж. А.

Заперечення апелянтів – компанії Ріовара Лімітед (СУ) та Здесенко Андрія Валерійовича (далі – апелянти), 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 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 від 11.04.2024 про реєстрацію торговельної марки «Winter fresh, комб.» за заявкою № m 2022 11571

та вважають, що заявлене позначення відносно товарів 03 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП) не відповідає умовам надання правової охорони, визначеним пунктом 3 статті 6 Закону, оскільки є схожим настільки, що його можна сплутати з торговельними марками, раніше зареєстрованими на ім'я іншої особи щодо споріднених товарів, а також суперечить публічному порядку на підставі пункту 1 статті 5 Закону.

На підтвердження своєї позиції апелянти наводять такі доводи проти реєстрації заявленого позначення.

На дату подання заявки № m 2022 11571 на заявлене позначення «Winter fresh, комб.» (22.09.2022) права на торговельні марки «SUPER FRESH» за свідоцтвом України № 115397 та «Superfresh» за свідоцтвом України № 147649 вже існували та перебували під правовою охороною в Україні протягом тривалого часу – близько 15 та понад 11 років відповідно.

Апелянти провели порівняльний аналіз заявленого позначення «Winter fresh, комб.» і торговельних марок «SUPER FRESH» за свідоцтвом № 115397, «Superfresh» за свідоцтвом № 147649 і дійшли висновку, що вони є схожими у цілому.

Такий висновок обґрунтовується тим, що домінуючим (дистинктивним) елементом усіх позначень є словесний елемент, який формує загальне зорове враження. Крім того, торговельна марка «Superfresh» за свідоцтвом № 147649 і заявлене позначення мають схоже шрифтове виконання, аналогічне розташування словесного елемента, виконані літерами латиниці, із використанням великої початкової та рядкових наступних літер, а також світлого напису на темному тлі.

Щодо торговельної марки «SUPER FRESH» за свідоцтвом № 115397 апелянти зазначають, що вона є словесною, виконаною стандартним шрифтом, а тому правова охорона поширюється саме на словесне позначення «SUPER FRESH» незалежно від особливостей його графічного оформлення.

На підставі наведеного апелянти дійшли висновку, що відмінності в окремих графічних деталях не впливають на загальне зорове враження, з огляду на що позначення за заявкою № m 2022 11571 та торговельні марки за свідоцтвами №№ 115397 і 147649 є схожими за візуальною ознакою.

На думку апелянтів, торговельні марки «SUPER FRESH» за свідоцтвом № 115397, «Superfresh» за свідоцтвом № 147649 та позначення «Winter fresh, комб.» за заявкою № m 2022 11571 є схожими за семантичною ознакою. Апелянти зазначають, що торговельні марки «SUPER FRESH» та «Superfresh» у перекладі з англійської мови означають «суперсвіжість», тоді як позначення «Winter fresh» – «зимова свіжість». На їхню думку, з урахуванням асоціативного сприйняття поняття «зимова свіжість» є близьким за змістом до поняття «суперсвіжість», що свідчить про подібність закладених у позначеннях ідей. Крім того, усі порівнювані позначення містять спільний словесний елемент «fresh», який має самостійне смислове навантаження. З огляду на це апелянти

вважають, що позначення за заявкою № m 2022 11571 є схожим із торговельними марками за свідоцтвами №№ 115397 та 147649 за семантичною ознакою.

Крім того, апелянти звертають увагу на те, що Здесенко Андрій Валерійович є власником свідоцтва України № 186047 від 26.05.2014 (пріоритет від 27.02.2013) на торговельну марку «Smile, комб.» щодо товарів 03, 16 класів МКТП. Зазначена торговельна марка також була визнана добре відомою в Україні рішенням Апеляційної палати від 23.03.2016 (затвердженим наказом Держслужби від 10.06.2016 № 235-Н) станом на 31.12.2014 щодо товарів 03 класу МКТП.

На думку апелянтів, позначення «Winter fresh, комб.» за заявкою № m 2022 11571 має графічну схожість з добре відомою торговельною маркою «Smile, комб.», оскільки обидва позначення містять елемент у вигляді еліпса з відблисками, що створює ефект об'ємності, а словесні елементи виконані схожими стилізованими шрифтами з нахилом праворуч.

Апелянти вважають, що заявлене позначення «Winter fresh, комб.» є результатом поєднання словесного елемента, схожого з торговельними марками «SUPER FRESH» та «Superfresh», і графічних елементів, схожих з добре відомою торговельною маркою «Smile, комб.», що в сукупності може призвести до змішування позначень та асоціативного зв'язку з раніше зареєстрованими торговельними марками.

Беручи до уваги наведені обставини, за твердженням апелянтів, заявлене позначення є схожим до ступеня змішування з раніше зареєстрованими торговельними марками, зокрема з добре відомою торговельною маркою, та заявлене щодо однорідних товарів (вологих серветок). На думку апелянтів, таке позначення може викликати у споживачів асоціативний зв'язок з торговельними марками інших осіб, не здатне виконувати основну функцію торговельної марки – відрізнити товари одних осіб від товарів інших осіб, а тому не відповідає умовам надання правової охорони, передбаченим пунктом 1 статті 5 та статтею 6 Закону.

З огляду на викладене, апелянти просять скасувати рішення від 11.04.2024 про реєстрацію торговельної марки «Winter fresh, комб.» за заявкою № m 2022 11571 та відмовити Герезі В. В. у реєстрації позначення відносно всіх заявлених товарів 03 класу МКТП.

Заявник – Герега Віталій Володимирович, не згоден із підставами для відмови в реєстрації торговельної марки, наведеними апелянтами у своєму запереченні, вважає заперечення безпідставним та необґрунтованим з огляду на таке.



На думку заявника, подане на реєстрацію позначення  не є схожим настільки, що його можна сплутати, зокрема асоціювати, з торговельними марками апелянтів «SUPER FRESH», «Superfresh» та добре

відомою торговельною маркою «Smile, комб.», оскільки відрізняється від них за всіма ознаками схожості.

Заявник зазначає, що під час визначення фонетичної схожості враховуються кількість складів, наголос, ритмічна структура та загальне звукове враження від позначень. На його думку, перші словесні елементи «Winter» та «Super» істотно відрізняються за звучанням, вимовою та звуковим складом, а саме початок слова є визначальним для сприйняття позначення споживачем.

Водночас заявник вказує, що збіг словесного елемента «fresh» сам по собі не свідчить про фонетичну схожість, оскільки цей елемент є загальновживаним словом англійської мови, яке має описовий характер щодо товарів 03 класу МКТП і не є домінуючим під час сприйняття позначень у цілому.

На думку заявника, позначення «Winter fresh, комб.» не є графічно схожим з протиставленими торговельними марками.

Зокрема, заявник зазначає, що торговельна марка «SUPER FRESH» за свідоцтвом № 115397 є словесною, виконаною стандартним шрифтом без графічних елементів, а тому її порівняння з комбінованим позначенням «Winter fresh» за графічним критерієм, на думку заявника, є некоректним.

Щодо торговельної марки «Superfresh» за свідоцтвом № 147649 заявник вказує, що вона відрізняється від позначення «Winter fresh, комб.» за кольоровим рішенням, шрифтовим виконанням, композицією, формою графічного елемента та способом розміщення словесних елементів, з огляду на що порівнювані позначення справляють різне загальне зорове враження.

Стосовно доводів про схожість з добре відомою торговельною маркою «Smile» заявник зазначає, що позначення «Winter fresh, комб.» не є її відтворенням, імітацією чи перекладом у розумінні статті 6 bis Паризької конвенції. На думку заявника, спільне використання овальної форми не може свідчити про схожість, оскільки така форма є простим геометричним елементом, який сам по собі не має розрізняльної здатності та широко використовується у позначеннях різних осіб.

Крім того, заявник стверджує, що особи, які подали заперечення, не надали належних доказів існування ризику змішування чи виникнення у споживачів асоціативного зв'язку між позначенням «Winter fresh, комб.» та добре відомою торговельною маркою «Smile, комб.».

Щодо відсутності семантичної (сислової) схожості заявник зазначає, що словесні елементи «Winter» та «Super» мають різне смислове навантаження: «Winter» вказує на пору року, тоді як «Super» є оцінним елементом, що характеризує підвищену якість або ступінь. З огляду на це заявник не погоджується з доводами апелянтів про те, що словосполучення «Winter fresh» («зимова свіжість») є семантично близьким до «SUPER FRESH» («суперсвіжість»), вважаючи таке ототожнення суб'єктивним та таким, що не відповідає принципам семантичного аналізу.

Крім того, заявник зазначає, що спільний словесний елемент «fresh» є загальновживаним словом описового характеру щодо товарів 03 класу МКТП,

а тому не може вважатися визначальним під час встановлення схожості позначень.

На додаткове підтвердження своєї позиції заявник посилається на відомості щодо широкого використання словесного елемента «FRESH» та графічних елементів у формі овалу (еліпса) іншими виробниками товарів 03 класу МКТП як в Україні, так і за її межами. На думку заявника, це свідчить про те, що словесний елемент «FRESH» має описовий характер щодо товарів 03 класу МКТП та не наділений самостійною розрізняльною здатністю, а овальна (еліпсоподібна) форма є поширеним дизайнерським рішенням і також не є самостійним дистинктивним елементом. З огляду на це заявник вважає, що розрізняльна здатність порівнюваних позначень визначається насамперед їх домінуючими словесними елементами («Winter», «Super», «Summer» тощо) та загальним враженням від позначень в цілому, а не окремими загальновживаними складовими.

Заявник вважає, що підстави для відмови у наданні правової охорони, з огляду на суперечність публічному порядку та схожість з раніше зареєстрованими торговельними марками, є самостійними та не можуть підміняти одна одну. За твердженням заявника, позначення «Winter fresh, комб.» не містить елементів, які суперечать публічному порядку, загальновизнаним принципам моралі чи можуть вводити споживачів в оману.

З огляду на наведене, заявник просить відмовити апелянтам в задоволенні заперечення і залишити чинним рішення від 11.04.2024 про реєстрацію торговельної марки «Winter fresh, комб.» за заявкою № m 2022 11571.

На підтвердження своїх доводів заявником до заперечення та додаткових пояснень до заперечення надано такі документи (у копіях):

висновок експертів 76/07-2025 за результатами проведення комісійної експертизи у сфері інтелектуальної власності від 20.08.2025;

письмові пояснення на заперечення Вх. від 09.06.2026 № 5671-06/2026.

В обґрунтування своєї позиції представник УКРНОІВІ зазначив, що кваліфікаційна експертиза заявленого позначення проводилась відповідно до пункту 1 статті 5 Закону та розділу 2 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).

Під час проведення експертизи заявки № m 2022 11571 було подане мотивоване заперечення компанії Ріовара Лімітед (СУ) та Здесенка Андрія Валерійовича (від 04.01.2023 № Вх-207/2023) щодо невідповідності наведеного в ній позначення умовам надання правової охорони, визначеним пунктами 2 та 3 статті 6 Закону.

Заявником надано відповідь (від 07.06.2023 № Вх-20446/2023) на мотивоване заперечення з доводами на користь реєстрації заявленого позначення та поясненнями щодо відсутності в запереченні доказів щодо невідповідності наведеного в заявці позначення умовам надання правової охорони.

Визнавши наведені в запереченні доводи необґрунтованими, за результатами кваліфікаційної експертизи, експертом було підготовлено висновок про відповідність заявленого позначення умовам надання правової охорони та винесено рішення про реєстрацію торговельної марки за заявкою № m 2022 11571 відносно товарів 03 класу МКТП.

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 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 сторін, з'ясувала обставини, на які вони посилаються як на підставу своїх вимог і заперечень, перевірила їх доказами, що містилися у запереченні (від 18.06.2024 № Вх-25839/2024), відзиві на заперечення (Вх. від 08.09.2025 № 49928/2025), письмових поясненнях на заперечення (Вх. від 09.06.2026 №5671-06/2026), копіях матеріалів заявки № m 2022 11571, та встановила таке.



Заявлене на реєстрацію комбіноване позначення  за заявкою № m 2022 11571 складається зі словесних елементів «Winter» та «fresh», виконаних білими літерами стилізованого курсивного шрифту, розміщених на тлі овалу темного кольору. Словесний елемент «Winter» розташований у верхній частині позначення над словесним елементом «fresh». Позначення подано на реєстрацію відносно товарів 03 класу МКТП.

Протиставлена апелянтом словесна торговельна марка «**SUPER FRESH**» за свідоцтвом № 115397 складається з двох словесних елементів «SUPER» та «FRESH», виконаних стандартним шрифтом заголовними літерами латиниці та розміщених в один рядок. Торговельна марка зареєстрована для товарів 03, 05 класів МКТП.

Протиставлена апелянтом комбінована торговельна марка  за свідоцтвом № 147649 складається зі словесного і

зображувального елементів. Словесний елемент «Superfresh» виконаний в один рядок стилізованим курсивним шрифтом літерами латиниці білого кольору, де перша літера «S» заголовна, інші – рядкові. Словесний елемент розміщений у центральній частині зображувального елемента, який має вигляд горизонтально витягнутої фігури темного кольору з плавними хвилястими контурами і

заокругленими краями. Торговельна марка зареєстрована для товарів 03 класу МКТП.



Протиставлена апелянтом комбінована торговельна марка складається зі словесного елемента «Smile», виконаного літерами латинського алфавіту стандартним курсивним шрифтом білого кольору, та зображувального елемента у вигляді овалу чорного кольору з градієнтним світлотінньовим оформленням. Словесний елемент розташований у центральній частині овалу.

Торговельна марка визнана добре відомою в Україні на ім'я Здесенка Андрія Валерійовича та ТОВ «КПД» відносно товарів 03 класу МКТП «серветки, просочені косметичними лосьйонами» станом на 31.12.2014 за рішенням Апеляційної палати від 23.03.2016.

З метою з'ясування обставин, на які сторони посилаються як на підставу своїх вимог і заперечень 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, 3 статті 6 Закону, з урахуванням пунктів 4.3.1 та 4.3.2 Правил<sup>1</sup>, та зазначає таке.

Відповідно до абзаців другого-четвертого пункту 3 статті 6 Закону не можуть бути зареєстровані як торговельні марки позначення, які на дату подання заявки або, якщо заявлено пріоритет, на дату пріоритету є тотожними або схожими настільки, що їх можна сплутати, зокрема асоціювати, з: торговельними марками, раніше зареєстрованими чи заявленими на реєстрацію в Україні на ім'я іншої особи для таких самих або споріднених з ними товарів і послуг; торговельними марками інших осіб, якщо такі торговельні марки охороняються без реєстрації на території України на підставі міжнародних договорів України, зокрема торговельними марками, визнаними добре відомими відповідно до статті 6 bis Паризької конвенції про охорону промислової власності від 20.03.1883 (далі – Паризька конвенція) щодо таких самих або споріднених з ними товарів і послуг; торговельними марками інших осіб, якщо такі торговельні марки охороняються без реєстрації на території України на підставі міжнародних договорів України, зокрема торговельними марками, визнаними добре відомими відповідно до статті 6 bis Паризької конвенції щодо неспоріднених товарів і послуг, якщо використання торговельної марки іншою особою щодо таких неспоріднених товарів і послуг свідчитиме про зв'язок між

<sup>1</sup> Під час встановлення наявності або відсутності підстав для скасування рішення УКРНОІВІ щодо заявки, поданої до набрання чинності наказом Міністерства економіки України від 06.08.2024 № 19889 «Про затвердження Правил складання, подання заявки на торговельну марку, заявки на міжнародну реєстрацію торговельної марки та проведення експертизи заявки на торговельну марку, міжнародної реєстрації торговельної марки з поширенням на Україну», зареєстрованим в Міністерстві юстиції України 19.08.2024 за № 1263/42608, колегією Апеляційної палати застосовуються положення наказу Держпатенту України від 28.07.1995 № 116 «Про затвердження Правил складання і подання заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг», із відповідними змінами, що був чинним на дату прийняття рішення за заявкою.

ними і власником добре відомої торговельної марки та може завдати шкоди інтересам такого власника.

Пунктом (1) статті 6 bis Паризької конвенції встановлено, що країни Союзу зобов'язуються чи з ініціативи адміністрації, якщо це допускається законодавством даної країни, чи за клопотанням зацікавленої особи відхиляти або визнавати недійсною реєстрацію і забороняти застосування товарного знака, що становить відтворення, імітацію чи переклад іншого знака, здатний викликати змішування зі знаком, що за визначенням компетентного органу країни реєстрації чи країни застосування вже є у цій країні загальновідомим як знак особи, що користується привілеями цієї Конвенції, і використовується для ідентичних або подібних продуктів. Це положення поширюється і на ті випадки, коли істотна складова частина знака становить відтворення такого загальновідомого знака чи імітацію, здатну викликати змішування з ним.

Згідно з пунктом 1 статті 4 Спільної рекомендації ВОІВ про положення стосовно охорони добре відомих знаків, знак знаходиться у протиріччі з загальновідомим знаком, якщо цей знак або його суттєва частина являє відтворення чи імітацію загальновідомого знака.

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

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

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

Згідно з пунктом 4.3.2.4 Правил під час перевірки позначень на тотожність і схожість встановлюється ступінь їх схожості, однорідність товарів і послуг, для яких заявлені позначення.

Водночас позначення вважається тотожним з іншим позначенням, якщо воно збігається з ним у всіх елементах, та схожим настільки, що його можна сплутати з іншим позначенням, якщо воно асоціюється з ним у цілому, незважаючи на окрему різницю елементів.

Порядок встановлення схожості словесних та комбінованих позначень встановлений пунктами 4.3.2.6 та 4.3.2.8 Правил.

Словесні позначення 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 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 значимості положення, яке займають тотожні або схожі елементи в цьому позначенні. Особлива увага під час порівняння приділяється домінуючим елементам позначень.

Колегія Апеляційної палати провела порівняльний аналіз заявленого позначення та протиставлених апелянтом торговельних марок і зазначає таке.

Заявлене позначення «Winter fresh, комб.» та протиставлені торговельні марки «SUPER FRESH» та «Superfresh» мають у своєму складі спільний словесний елемент «fresh», що зумовлює частковий збіг їхнього фонетичного звучання. Водночас загальне фонетичне сприйняття порівнюваних позначень не є тотожним, оскільки їх початкові словесні елементи «Winter» та «Super» мають різний фонемний склад і звучання: /'wintə/ та /'su:pər/ відповідно. Зазначені відмінності формують істотну звукову відмінність порівнюваних позначень у цілому. Наявність спільного кінцевого елемента «fresh» не усуває зазначених фонетичних відмінностей. Щодо добре відомої торговельної марки «Smile, комб.» колегія зазначає, що заявлене позначення «Winter fresh, комб.» не містить спільних з нею словесних чи фонетичних елементів. «Winter fresh» /'wintər freʃ/ та «Smile» /smaɪl/ істотно відрізняються за звуковим складом, кількістю та структурою складів, ритмом і загальним звучанням. Відтак фонетична схожість між зазначеними позначеннями відсутня.

Щодо графічної (візуальної) схожості колегія зазначає, що порівнювані позначення мають окремі спільні риси, зокрема містять словесний елемент «fresh», виконаний літерами латинського алфавіту. Водночас зазначений елемент не є домінуючим у загальному зоровому сприйнятті позначень, оскільки сприймається у поєднанні з іншими словесними та графічними елементами.

Загальне зорове враження від порівнюваних позначень є різним, оскільки вони відрізняються словесними елементами «Winter» та «SUPER», їх композиційним розташуванням, шрифтовим виконанням, а також графічним оформленням. Зокрема, позначення «Winter fresh, комб.» містить стилізоване овальне обрамлення, «SUPER FRESH» виконане як словесне позначення без графічних елементів, а «Superfresh» розміщене на стилізованій фігурній плашці. Зазначені відмінності формують різне загальне зорове враження від порівнюваних позначень. Щодо схожості заявленого позначення «Winter fresh, комб.» та добре відомої торговельної марки «SMILE» колегія зазначає, що вони справляють різне загальне зорове враження. Заявлене позначення містить словосполучення «Winter fresh», розміщене у два рядки, тоді як «SMILE» – одне слово, розташоване в один рядок. Відрізняються також композиційна побудова і шрифтове виконання порівнюваних позначень.

Наявність в обох позначеннях овальної форми, а також поєднання темного тла з контрастним світлим написом не є визначальними для встановлення графічної схожості, оскільки такі графічні прийоми мають загальний характер, не є унікальними та можуть використовуватися під час оформлення різних торговельних марок. Овальна форма має обрамлювальний характер і по-різному поєднується зі словесними елементами: у «Winter fresh» вона обрамляє дворівневу композицію напису, тоді як у «Smile, комб.» – один горизонтально розташований словесний елемент.

Отже, зазначені спільні графічні прийоми самі по собі не формують домінуючого враження і не можуть нівелювати істотні відмінності словесних і композиційних елементів.

Також сукупність відмінностей у словесних і графічних елементах формує різне загальне зорове враження, внаслідок чого порівнювані позначення не є схожими за графічними (візуальними) ознаками.

У семантичному відношенні словесні елементи «Winter fresh», «SUPER FRESH» та «Superfresh» мають як спільні, так і відмінні ознаки. Спільним для них є наявність елемента «fresh», який у перекладі з англійської мови означає «свіжий», «новий». Зазначений словесний елемент має загальне смислове значення, пов'язане з характеристикою якості, стану або властивості товарів.

Позначення «Winter fresh, комб.» складається з двох самостійних словесних елементів – «Winter» і «fresh». Слово «Winter» у перекладі з англійської мови означає «зима», внаслідок чого словосполучення в сукупності формує образ «зимової свіжості», тобто свіжості, асоційованої з холодом, прохолодою, чистотою або зимовою атмосферою. Семантичне навантаження цього позначення визначається поєднанням поняття пори року («Winter») із поняттям свіжості («fresh»).

Позначення «SUPER FRESH» складається з двох окремих слів – «SUPER» та «FRESH». Слово «SUPER» у англійській мові означає над-, понад-, пере- – «надзвичайний», «дуже високий», «покращений», «підвищений», а разом зі словом «FRESH» утворює словосполучення зі значенням «надзвичайно свіжий», «дуже свіжий», «суперсвіжий»<sup>2</sup>. Отже, це позначення акцентує увагу не на конкретному образі чи джерелі свіжості, а на високому ступені прояву відповідної властивості.

Позначення «Superfresh» є словом, утвореним шляхом поєднання елементів «Super» та «fresh» без пробілу. За своїм змістом воно близьке до словосполучення «SUPER FRESH» та може сприйматися як «дуже свіжий», «надзвичайно свіжий». Водночас графічне об'єднання елементів у єдине слово змінює його загальне сприйняття як цілісного словесного позначення.

Отже, хоча позначення «Winter fresh», «SUPER FRESH» та «Superfresh» мають спільний елемент «fresh», їх семантичне сприйняття не є схожим. У позначенні «Winter fresh» поєднання елементів «Winter» та «fresh» формує цілісну асоціацію із зимою, прохолодою та відчуттям свіжості, зумовленим

<sup>2</sup> Новий англо-український словник. – К. : Чумацький шлях, 2000. – 700 с.

зимовою порою року. Натомість позначення «SUPER FRESH» та «Superfresh» сприймаються як такі, що вказують на підвищений, посилений ступінь свіжості, оскільки елемент «super» має значення «надзвичайний», «дуже високий», «посилений».

Отже, позначення мають різне за змістом смислове наповнення, що зумовлює відсутність їх схожості за смисловою ознакою.

Щодо семантичної схожості заявленого позначення «Winter fresh» та добре відомої торговельної марки «SMILE» колегія зазначає, що порівнювані словесні елементи мають різне смислове значення та формують різні асоціативні образи. Словосполучення «Winter fresh» сприймається як « зимова свіжість» та викликає асоціації із зимою, прохолодою та свіжістю. Натомість слово «SMILE» означає «посмішка», «усмішка» та асоціюється з позитивною емоцією, доброзичливістю. Тобто семантичне сприйняття порівнюваних позначень є різним, з огляду на що семантичної схожості між ними не встановлено.

Отже, за результатами порівняльного аналізу заявленого позначення та торговельних марок апелянтів, враховуючи їх фонетичне звучання, графічне виконання та семантичне значення, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що досліджуване позначення не схоже з протиставленими торговельними марками за свідоцтвами №№ 115397, 147649 та добре відомою торговельною маркою «Smile, комб.» настільки, що їх можна сплутати, оскільки заявлене позначення в цілому не асоціюється з протиставленими торговельними марками апелянтів, незважаючи на окрему схожість елементів.

Оскільки за висновком колегії Апеляційної палати заявлене за заявкою № m 2022 11571 позначення не є схожим до ступеня сплутування з протиставленими торговельними марками за свідоцтвами №№ 115397, 147649 та добре відомою торговельною маркою «Smile, комб.», відсутні підстави для проведення перевірки спорідненості заявлених послуг 03 класу МКТП.

З огляду на це на заявлене позначення не поширюється підстава для відмови в наданні правової охорони, встановлена абзацом другим пункту 3 статті 6 Закону.

Стосовно доводів апелянтів про те, що заявлене позначення за заявкою № m 2022 11571 не може одержати правову охорону в Україні, оскільки є таким, що суперечить публічному порядку, колегія Апеляційної палати зазначає таке.

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

Згідно з пунктом 4.3.1.1 Правил під час перевірки позначення, заявленого на реєстрацію як знак, щодо наявності підстав для відмови у наданні правової охорони, відповідно до пункту 1 статті 5 Закону, встановлюється: чи не належить заявлений знак до позначень порнографічного характеру, чи не містить

антидержавних расистських лозунгів, емблем та найменувань екстремістських організацій, нецензурних слів та виразів тощо.

Відповідно до Великого тлумачного словника сучасної української мови, виходячи із тлумачень термінів «публічний» та «порядок», публічний порядок – це публічно-правові відносини, які визначають основи суспільного ладу держави<sup>3</sup>.

Отже, сутність поняття «публічний порядок», що включене до пункту 1 статті 5 Закону, визначається через основні права і свободи людини та суспільства загалом, які базуються на положеннях загального законодавства України та спеціального законодавства щодо правової охорони торговельних марок.

Правові засади щодо дотримання публічного порядку в Україні визначені Конституцією України, іншими законодавчими актами України, а також загальноновизнаними нормами і принципами міжнародного права.

Знаком, що суперечить публічному порядку, може бути знак, який не відповідає фундаментальним правовим і соціальним концепціям даної країни<sup>4</sup>.

Суперечність заявленого позначення публічному порядку має установлюватися, зокрема, з урахуванням: переліку товарів і послуг, для яких позначення заявляється на реєстрацію; передбачуваного кола споживачів цих товарів (послуг); фактів, обставин і відомостей, які можуть свідчити на користь реєстрації торговельної марки.

З метою з'ясування обставин, якими апелянти обґрунтовують свої вимоги та які необхідно встановити для прийняття рішення, колегія Апеляційної палати дослідила заявлене позначення на предмет того, чи суперечить воно публічному порядку, та встановила таке.

Позначення за заявкою № m 2022 11571 складається зі словесних та зображувальних елементів.

Словосполучення «Winter fresh» не має образливого чи провокаційного змісту, оскільки є англomовним виразом, що перекладається як «зимова свіжість», має нейтральне лексичне значення, не містить закликів до насильства, дискримінації, ненависті чи інших елементів, які могли б розцінюватися як такі, що порушують засади публічного порядку або загальноновизнані принципи моралі.

З урахуванням правових норм, контексту використання та характеру позначення, заявлене за заявкою № m 2022 11571 позначення не містить ознак, що суперечать публічному порядку, а відтак на нього не поширюються підстави для відмови в реєстрації, визначені пунктом 1 статті 5 Закону.

На думку колегії Апеляційної палати, заявлене за заявкою № m 2022 11571 позначення «Winter fresh, комб.» не належить до видів позначень, вказаних у пункті 4.3.1.1 Правил, та не містить елементів, зокрема, які б порушували основи державного ладу, політичної системи, економічної безпеки держави,

<sup>3</sup> Бусел В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови. – К.; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2007. – 1736 с.

<sup>4</sup> Коментар Г. Боденхаузена до пункту 3 статті 6 *quinquies* (В) Паризької конвенції про охорону промислової власності.

тому не є таким, що суперечить публічному порядку для заявленого переліку товарів 03 класу МКТП.

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 інші обставини, 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 апелянтами як докази документи на підтвердження своїх доводів, якими він обґрунтовує свої вимоги, оцінені колегією Апеляційної палати за своїм внутрішнім переконанням, що ґрунтується на їх безпосередньому, всебічному, повному та об'єктивному дослідженні.

Колегія оцінювала належність та допустимість кожного доказу окремо, а також достатність і взаємний зв'язок доказів у їх сукупності (пункт 5 глави 7 розділу I Регламенту).

Стосовно наданого апелянтами Висновку експертів 76/07-2025 за результатами проведення комісійної експертизи у сфері інтелектуальної власності від 20.08.2025, колегія Апеляційної палати зазначає таке.

Жодні докази, зокрема висновки експертів, не мають для колегії наперед установлені сили. Виходячи із змісту пункту 1 глави 7 розділу I Регламенту, до доказів віднесені з-поміж іншого висновки експертів.

Водночас порядок залучення Апеляційною палатою експертів врегульовано пунктом 6 глави 5 розділу I Регламенту, відповідно до якого для з'ясування обставин, що мають значення для розгляду заперечення чи апеляційної заяви і потребують спеціальних знань у галузі науки, техніки, мистецтва або в інших галузях знань, крім права, колегія в будь-який час розгляду заперечення чи апеляційної заяви може залучити до їх розгляду експерта. Експерт залучається колегією за клопотанням сторони розгляду заперечення чи апеляційної заяви або з власної ініціативи.

Експертом є особа, яка має спеціальні знання в галузі науки, техніки, мистецтва або в інших галузях знань, крім права, відповідну вищу освіту та/або досвід роботи у відповідній галузі та якій у порядку, установленому цим Регламентом, доручається шляхом дослідження обставин, що обґрунтовують заперечення чи апеляційну заяву, надавати висновки з питань, що виникають під час їх розгляду та стосуються спеціальних знань цієї особи.

Колегія Апеляційної палати констатує, що відповідно до Регламенту залучення експерта є правом, а не обов'язком колегії.

Колегія зазначає, що для з'ясування обставин, що мають значення для розгляду даного заперечення, відсутня необхідність у залученні експерта, оскільки призначені для розгляду члени колегії Апеляційної палати мають спеціальну освіту та достатню кваліфікацію у сфері інтелектуальної власності, а наявні матеріали у своїй сукупності є достатніми для прийняття рішення.

Висновок експертів 76/07-2025 за результатами проведення комісійної експертизи у сфері інтелектуальної власності від 20.08.2025 не приймається до уваги колегією як висновок експертів у розумінні Регламенту, оскільки отриманий не в передбаченому пунктом 6 глави 5 розділу I Регламенту порядку.

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 компанії Ріовара Лімітед (СУ) та Здесенку Андрію Валерійовичу у задоволенні заперечення повністю.
2. Рішення від 11.04.2024 про реєстрацію торговельної марки «Winter fresh, комб.» за заявкою № m 2022 11571 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

Ю. В. Ткаченко  
Т. М. Бабенко  
І. О. Шатова



44673629 - УКРНОІВІ  
№Ріш-АП/107-26 від  
10.09.2026  
КЕП (Підписання проєкту):  
Ткаченко Ю. В. 10.09.2026 16:13  
04AF212836405D990400  
0000594C3D004EA0ED00



44673629 - УКРНОІВІ  
№Ріш-АП/107-26 від  
10.09.2026  
КЕП (Підписання проєкту):  
Бабенко Т. М. 10.09.2026 16:00  
04AF212836405D990400  
0000DE493D003690ED00



2246204205 - ФІЗИЧНА  
ОСОБА  
№Ріш-АП/107-26 від  
10.09.2026  
КЕП (Підписання проєкту):  
ШАТОВА І. О. 10.09.2026 14:03  
21E4B79083A82E7F0400  
0000B7D47C01094DF407