

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ УКРНОІВІ
01.09.2026 № 249/2026



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

06 липня 2026 року

Колегія Апеляційної палати УКРНОІВІ, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Білоцьким В. В. від 20.11.2025 № Р-АП/224-25, у складі головуєщої Грищенко В. Л. та членів колегії Макаринської В. О., Горбик Ю. А., за участю секретаря засідання Козелецької Н. О., розглянула заперечення Шухніна Антона Сергійовича проти рішення УКРНОІВІ від 22.08.2025 про реєстрацію торговельної марки «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО», комб.» за заявкою № т 2024 03338, заявник – Зінов'єв Анатолій Михайлович.

Представник апелянта – Шум О. М.
Представник заявника – Горбатюк М. А.
Представник УКРНОІВІ – Стовпник М. В.

Заперечення апелянта – Шухніна Антона Сергійовича (далі – апелянт), подано на підставі абзацу другого пункту 1 статті 15 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (далі – Закон), згідно з яким особа, яка подала заперечення відповідно до пункту 8 статті 10 цього Закону, може оскаржити рішення Національного органу інтелектуальної власності (далі – НОІВ) до Апеляційної палати протягом двох місяців від дати одержання копії рішення, надісланої такій особі відповідно до абзацу четвертого пункту 15 статті 10 цього Закону.

Апелянт не погоджується з рішенням УкрНОІВІ від 22.08.2025 про реєстрацію торговельної марки «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО», комб.» за заявкою № m 2024 03338 відносно товарів 25 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП), прийнятим на підставі висновку експертизи від 22.08.2025 про відповідність заявленого позначення умовам надання правової охорони. Вважає заявлене позначення таким, що не відповідає умовам надання правової охорони щодо всіх зазначених у заявці товарів, оскільки:

1) воно є схожим настільки, що його можна сплутати та асоціювати з торговельними марками за свідоцтвами України №№ 136475, 221004, 132378, 254022, 150363, 159412, 140904, 299648, раніше зареєстрованими в Україні на ім'я апелянта;

2) реєстрація оспорюваного позначення призведе до введення споживачів в оману щодо особи виробника товарів та надавача послуг;

3) реєстрація оспорюваного позначення сприятиме недобросовісній конкуренції і унеможливить для апелянта захист своїх прав інтелектуальної власності в Україні.

На підтвердження своєї правової позиції представник апелянта у запереченні та на засіданні навів такі доводи проти реєстрації заявленого позначення.

Апелянт є власником відомої в Україні ритейлової мережі «DOMINO», що активно працює в Україні більше 20 років та спеціалізується на реалізації вишуканого одягу, взуття та аксесуарів класу «luxury». Складається з семи мультибрендових бутиків, які розташовані на території України. У магазинах представлено одяг, взуття та аксесуари понад 50 всесвітньо відомих брендів – від найкращих зразків офіційної класики та повсякденної елегантності до авторських речей з останніх колекцій. На сьогодні у апелянта діє мережа магазинів, а саме: «DOMINO MANDARIN» (м. Київ, вул. Велика Васильківська, 5, Mandarin Plaza), «DOMINO MANUFACTURA» (м. Київ, Обухівське шосе, 2, ТЦ «Мануфактура»), «DOMINO ODESA» (м. Одеса, вул. Рішельєвська, 17), «DOMINO VIP» (м. Київ, вул. Велика Житомирська, 2-А, готель Intercontinental), «DOMINO SOPHIA» (м. Київ, вул. Володимирська, 22, Софійська площа). Водночас апелянт є власником вебсайту <https://domino.ua>, на якому розміщено інтернет-магазин «Domino» та представлено асортимент товарів 18, 25 класів МКТП, доступних до огляду та придбання. Цей сайт діє з 2005 року та є популярним серед користувачів мережі «Інтернет». Апелянт також є власником сторінки у соціальній мережі «Instagram» (https://www.instagram.com/domino_ua), яка нараховує більше 32 тисяч підписників та працює з 2018 року. У зазначеній соціальній мережі апелянт активно розміщує інформацію про свій бренд, асортимент товарів та останні новини. Кількість підписників слугує підтвердженням зацікавленості та відомості серед користувачів бренду «DOMINO» в Україні відносно особи апелянта.

Апелянт є власником низки торговельних марок «DOMINO» та торговельних марок, до складу яких входить домінуючий словесний елемент «Domino», для товарів 18, 25 класів та послуг 35 класу МКТП за свідоцтвами України №№ 136475, 221004, 132378, 254022, 150363, 159412, 140904, 299648.

З моменту запуску першого магазину «DOMINO» більше 20 років тому, мережа апелянта швидко розросталась та отримувала популярність, і на сьогодні є однією з найпопулярніших ритейлових мереж з продажу в Україні одягу, взуття та аксесуарів класу люкс. Апелянтом була здійснена велика кількість рекламних заходів задля встановлення та підвищення авторитету та репутації бренду. У багатьох містах України розміщено велику кількість білбордів з адресами магазинів та нанесеними торговельними марками «DOMINO». Популярність указанного бренду додатково демонструють результати пошуку на відеохостингу «YouTube». У рекламних компаніях «DOMINO» знімаються відомі українські зірки, спортсмени, моделі, співаки та блогери, що привертає увагу українських споживачів щодня. За рахунок тривалого використання та популяризації апелянтом торговельних марок «DOMINO», вони здобули високу репутацію в Україні та асоціюються у споживачів з особою апелянта і елітним, преміальним одягом, взуттям та аксесуарами.

На думку апелянта, заявлене позначення та торговельні марки апелянта за свідоцтвами України №№ 136475, 221004, 132378, 254022, 150363, 159412, 140904, 299648 схожі настільки, що їх можна сплутати, оскільки вони збігаються за фонетичними, графічними та семантичними ознаками:

домінуючий словесний елемент «Домино» заявленого позначення повністю входить до торговельних марок апелянта;

ідентичне загальне зорове враження;

торговельні марки «Domino» апелянта мають більш ранню дату пріоритету в порівнянні з датою подання заявки № т 2024 03338. Крім того, товари 25 класу МКТП «взуття» заявленого позначення повністю збігаються з товарами і/або послугами торговельних марок апелянта, оскільки є однорідними та мають однакове призначення, коло споживачів та канали збуту.

Стосовно того, що заявлене позначення суперечить публічному порядку, а також є проявом недобросовісної конкуренції, представник апелянта зазначив таке. Можливість введення в оману може виникнути, наприклад, у разі подання заявки з недобросовісними намірами, тобто якщо заявлене позначення є торговельною маркою, яка набула певної репутації відносно іншої особи, ніж заявник. Небезпека виникнення у споживача, під час сприйняття ним такого позначення, асоціацій, що не відповідають дійсності, існує у разі, якщо позначення за своєю суттю не є оманливим, але може ввести в оману щодо особи виробника товару внаслідок того, що воно асоціюється з позначенням, яке, до дати подання заявки на реєстрацію оспорюваної торговельної марки, вже було тісно пов'язане з іншою особою: торговельними марками, відмітними частинами комерційних найменувань, упаковками товарів, назвами підприємств, іншими об'єктами інтелектуальної власності тощо. Такі обставини, серед іншого, також призводять до змішування у свідомості споживачів уявлень про діяльність

суб'єктів господарювання. Отже, до дій, які вважаються недобросовісною конкуренцією, відносять використання позначень без дозволу (згоди) суб'єкта господарювання, який раніше почав використовувати їх або схожі на них позначення у господарській діяльності, іншими особами, що призвело чи може призвести до змішування з діяльністю цього суб'єкта господарювання. Зважаючи на відомість серії торговельних марок апелянта «Domino», подання заявки № т 2024 03338 на торговельну марку «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО», комб.» є актом недобросовісної конкуренції, вчиненим з метою неправомірного та недобросовісного використання напрацювань інтелектуальної власності апелянта, його доброї ділової репутації, створеного ним бренду «Domino» (кирилицею «Доміно»), що вже 20 років використовується апелянтом на території України для товарів 18, 25 класів та послуг 35 класу МКТП.

На підтвердження своїх доводів представником апелянта як письмові докази до заперечення надані такі документи (від 13.11.2025 № Вх-66116/2025):

роздруківки зі Спеціальної інформаційної системи (СІС) УкрНОІВІ щодо свідоцтв України №№ 299648, 254022, 140904, 150363, 136475, 132378, 159412, 221004;

роздруківка сторінки апелянта із соціальної мережі «Instagram»;

роздруківка з мережі «Інтернет», що містить інформацію про особу апелянта;

роздруківка з сайту <https://domino.ua/contact>, що містить інформацію про перелік магазинів апелянта.

Зважаючи на наведені аргументи, представник апелянта просить скасувати рішення УкрНОІВІ від 22.08.2025 та відмовити Зінов'єву А. М. у реєстрації позначення за заявкою № т 2024 03338 відносно всіх зазначених у заявці товарів 25 класу МКТП.

В обґрунтування своєї позиції представник УкрНОІВІ зазначив, що експертиза заявленого позначення проводилась відповідно до пункту 1 статті 5, пунктів 1-5 статті 6, пунктів 15, 16 статті 10 Закону, з урахуванням глави 2 розділу II 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 06.08.2024 № 19889, зареєстрованим в Міністерстві юстиції України 19.08.2024 за № 1263/42608 (далі – Правила).

26.03.2025 за № Вх-14563/2025 отримано заперечення патентного повіреного Шум О. М., яка діє в інтересах Шухніна А. С., проти заявки № т 2024 03338 на торговельну марку щодо невідповідності наведеного в ній позначення умовам надання правової охорони. Вказане заперечення не було враховано повністю, оскільки воно не є мотивованим, а викладені в ньому обставини не обґрунтовують вимоги заперечення та не зазначено доказів, на підставі яких наведене в заявці позначення не відповідає встановленим Законом умовам надання правової охорони.

Крім того, за результатами проведеного під час кваліфікаційної експертизи заявленого позначення на відповідність умовам надання правової охорони пошуку, визначеного пунктом 1 статті 5 Закону, було встановлено, що заявник є власником свідоцтва України від 25.04.2014 № 185006 на торговельну марку «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО», комб.» за заявкою від 13.05.2013 № m 2013 08264 відносно іншого переліку товарів 25 класу МКТП. Строк дії вказаного свідоцтва було продовжено власником 30.07.2025.

За результатами кваліфікаційної експертизи підготовлено висновок від 22.08.2025 № 212914/ЗМ/25 про відповідність заявленого за заявкою № m 2024 03338 позначення умовам надання правової охорони для всіх заявлених товарів і/або послуг, наведених у бібліографічних даних, та прийнято рішення від 22.08.2025 № 212932/ЗМ/25 про реєстрацію торговельної марки.

Представник заявника у відзиві на заперечення від 18.02.2026 б/н (№ Вх-11127/2026) та на засіданні не погодився з доводами апелянта, зазначивши таке.

Заявник є фізичною особою-підприємцем, підприємницька діяльність якого вже більше 30 років пов'язана з реалізацією одягу та взуття, що підтверджується свідоцтвом про підприємницьку діяльність від 12.01.1993 № 460. Уже близько 27 років магазин «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО» здійснює свою діяльність на території м. Харків. За тривалий час підприємницької діяльності бренд «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО» здобув великий рівень впізнаваності серед жителів м. Харків, а тому асоціюється у споживача виключно з особою заявника. Про це свідчать рекламні ролики на телебаченні, оприлюднені у 2002, 2003, 2015, 2020 роках, реклама в журналі «Нескучный Харьков» за 2003 рік, настінний календар 2004 року з рекламою «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО». Також цей бренд представлений у соціальних мережах «Facebook» та «Instagram», інформація про магазин «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО» в м. Харків міститься у пошуковій системі «Google». Публікація від 16.10.2021 у соціальній мережі «Instagram» була присвячена 22-річчю магазину «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО» в м. Харків, а публікація від 12.10.2024 – 25-річчю магазину.

Бренд «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО» має смислове навантаження – гра у «доміно». Графічне зображення заявленого позначення виконано у вигляді стилізованої літери «D», як пластинки гри у «доміно». Дизайн магазину, в якому підлога має чорно-білий колір, створена плитками, викладеними в шаховому порядку, існує з моменту його відкриття вже 27 років, що також відіграє важливу роль у впізнаваності бренду споживачем та відрізняє його від торговельних марок, власником яких є апелянт.

Крім того, заявник є власником свідоцтва України № 185006 від 25.04.2014 на торговельну марку «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО», комб.» відносно товарів 25 класу МКТП, дата закінчення дії свідоцтва – 13.05.2023. Після подання заявки № m 2024 03338 та під час здійснення підприємницької діяльності заявником, виникла необхідність документального підтвердження дійсності свідоцтва України № 185006. Скориставшись своїм правом, визначеним чинним

законодавством, заявником було подано відповідне клопотання про продовження строку дії свідоцтва. Відповідно до Виписки з Державного реєстру свідоцтв України на торговельні марки дію вказаного свідоцтва було продовжено до 13.05.2033.

Також представник заявника зауважив, що у композиції заявленого позначення зображувальний елемент займає центральне місце і складає більшу частину позначення в порівнянні зі словосполученням «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО». Оскільки елемент позначення, а саме стилізоване зображення літери «D», зафарбованої в чорно-білий колір у шаховому порядку, асоціативно вказує на гру «Доміно» з чорно-білими пластинами, воно має істотне зорове та графічне навантаження, і за ним споживач може упізнати магазин заявника і відрізнити його від інших. Водночас словесна частина поділена на верхню «ДОМ ОБУВИ» та нижню «ДОМИНО». Так само всі торговельні марки апелянта, окрім торговельної марки за свідоцтвом України № 136475, виконані заголовними літерами однаковим шрифтом, розташовані в один рядок і жоден елемент не виділений будь-яким додатковим візуальним засобом, тому заявлене позначення та торговельні марки апелянта мають загалом різне загальне зорове сприйняття. Візуальна композиція торговельної марки за свідоцтвом України № 136475 кардинально відрізняється від заявленого позначення не тільки загальним зоровим сприйняттям, а й семантичним навантаженням, оскільки протиставлене позначення апелянта містить у візуальному елементі зображення групи людей, на відміну від позначення заявника.

Заявлене позначення та протиставлені торговельні марки містять у своєму складі співзвучний словесний елемент «ДОМИНО»/«DOMINO», що зумовлює фонетичну (звукову) схожість. Словесна частина заявленого позначення «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО» виконана літерами кирилиці однаковим шрифтом і розташована у два рядки. Словесні частини протиставлених торговельних марок виконані літерами латиниці однаковими шрифтом та розміром в один рядок, завдяки чому в них неможливо виділити жодного слова, яке б домінувало. Домінуючою словесною частиною торговельних марок апелянта є саме словосполучення: «DOMINO GROUP», «DOMINO PASSAGE», «DOMINO MAN», «DOMINO VIP», «DOMINO HOMME», «DOMINO MANDARIN», а не лише слово «DOMINO». Фонетика порівнюваних позначень значною мірою відрізняється через наявність словесних елементів «ДОМ ОБУВИ» в торговельних марках заявника та «GROUP», «PASSAGE», «MAN», «VIP», «HOMME», «MANDARIN» у торговельних марках апелянта, які мають зовсім різне звучання.

Щодо графічної (візуальної) схожості представник заявника зазначив, що порівнювані позначення містять спільний словесний елемент «ДОМИНО»/«DOMINO», виконаний заголовними літерами кирилиці та латиниці стандартним шрифтом. Водночас загальне зорове сприйняття позначень є різним, оскільки вони відрізняються додатковими графічними та словесними елементами. У торговельній марці заявника графічний елемент займає центральне положення у позначенні, тоді як всі протиставлені

торговельні марки, окрім торговельної марки за свідоцтвом України № 136475, не мають графічного елемента взагалі. Графічний елемент торговельної марки за свідоцтвом України № 136475 абсолютно відрізняється від графічного елемента торговельної марки заявника, як за візуальним, так і за семантичним навантаженням. Отже, стилізоване зображення літери «D», зафарбованої в чорно-білий колір у шаховому порядку, має істотне графічне навантаження, завдяки чому споживач може впізнати магазин заявника і відрізнити його від інших.

Стосовно семантичної схожості порівнюваних позначень представник заявника зауважив таке. Згідно з загальнодоступними джерелами інформації, «Доміно» – франц., італ. – ботіпо, від лат. Ботіпиз – пан: 1) маскарадний костюм – довгий одяг з каптуром; 2) плащ з відлогою у католицьких ченців; 3) гра в прямокутні пластинки, з вибитими на них крапками-очками, а також самі ці пластини. З огляду на це, словесний елемент «Доміно» має декілька значень, які охоплюють одяг або гру. Позначення заявника, яке містить слово «Доміно», має семантичне навантаження саме гри. Це видно з графічного зображення торговельної марки, дизайну магазину, рекламних роликів. Протиставлені торговельні марки апелянта не містять вказівки, що він використовує слово «DOMINO» саме у значенні «гра». Жодні графічні елементи у позначеннях апелянта не вказують на таке смислове навантаження, як «гра у доміно». До того ж така комбінація слів, як «DOMINO MAN», викликає асоціацію з одягом, тому споживач може сприйняти використання слова «DOMINO» у торговельних марках апелянта як фантазійне та таке, що вказує на костюм, а не на гру. Отже, за семантичною ознакою порівнювані позначення не є схожими, оскільки відсутня подібність покладених у їх основу понять та ідей.

Окремо представник заявника просив врахувати факт тривалого та безконфліктного використання заявленого позначення від початку діяльності магазину «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО» (27 років). За цей період заявнику не було відомо про жоден випадок змішування позначення заявника та позначень апелянта або введення споживачів в оману щодо можливого зв'язку заявленого позначення з особою апелянта чи будь-якою пов'язаною з нею особою. До того ж позначення заявника мало правову охорону з 25.04.2014, з датою пріоритету 13.05.2013, згідно зі свідоцтвом України № 185006. Водночас частина торговельних марок апелянта має дати пріоритету та правової охорони пізніші, ніж дата пріоритету та правова охорона позначення заявника. Реєстрація торговельної марки за заявкою № m 2024 03338 не завдасть шкоди репутації апелянта, не призведе до розмивання унікальності його торговельних марок та не створить передумов для недобросовісного отримання вигоди.

Крім того, представник апелянта зауважив, що з 27.01.2026 по 02.02.2026 заявник перебував на стаціонарному лікуванні та не мав можливості надати відзив на заперечення у строк, встановлений Регламентом Апеляційної палати Національного органу інтелектуальної власності, затвердженим наказом Міністерства економіки України від 23.11.2023 № 17768 (далі – Регламент), тому

просив, з урахуванням поважності причин пропуску згаданого строку, врахувати його відзив на заперечення під час прийняття рішення.

Зважаючи на зазначене, представник заявника просив відмовити апелянту в задоволенні заперечення і залишити чинним рішення УКРНОІВІ від 22.08.2025 про реєстрацію торговельної марки за заявкою № т 2024 03338 для зазначених у заявці товарів 25 класу МКТП.

На обґрунтування своїх доводів представником заявника разом з відзивом на заперечення надані такі документи (у копіях):

свідоцтво від 12.01.1993 № 460 про державну реєстрацію підприємницької діяльності без створення юридичної особи на ім'я Зінов'єва А. М.;

виписка з медичної карти стаціонарного хворого від 02.02.2026 № 1432;

настінний календар за 2004 рік, який містить рекламу «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО»;

витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, який містить інформацію про особу заявника;

заява про державну реєстрацію торговельної марки;

виписка з Державного реєстру свідоцтв України на торговельні марки щодо свідоцтва України № 185006;

зображення реклами «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО»;

клопотання про продовження строку дії свідоцтва України № 185006;

квитанція про одержання УКРНОІВІ електронного документа;

дозвіл від 25.06.2008 № 13648 на розміщення ФОП Зінов'єв А. М. зовнішньої реклами з зображенням магазину «ДОМ ОБУВИ ДОМИНО»;

журнал 2003 року «Нескучный Харьков», який містить рекламу «ДОМ ОБУВИ ДОМИНО».

Представник апелянта у додаткових поясненнях до заперечення (від 03.03.2026 № Вх-14508/2026) серед іншого зазначив, що заявником пропущено строк на подання відзиву на заперечення без поважних причин, а тому він та додані до нього докази не підлягають врахуванню під час розгляду заперечення.

Крім того, представник апелянта зауважив, що згідно з пунктами 3, 4 статті 5 Закону набуття права на торговельну марку засвідчується свідоцтвом. Обсяг правової охорони визначається зображенням торговельної марки та переліком товарів і послуг, внесеними до Реєстру, і засвідчується свідоцтвом з наведеними у ньому копією внесеного до Реєстру зображення торговельної марки та переліком товарів і послуг. Беручи до уваги характер майнових прав інтелектуальної власності на торговельні марки, неможливо надати виключні права за різними свідоцтвами на один і той самий обсяг правової охорони. Отже, набуття права на торговельну марку за заявкою, поданою однією і тією самою особою щодо однакового обсягу охоронюваних товарів і послуг, має бути засвідчене лише одним свідоцтвом. У даному випадку свідоцтво України № 185006 на торговельну марку видано на ті самі товари 25 класу МКТП, що і

подана заявка № m 2024 03338, тому реєстрація тотожної торговельної марки для таких самих товарів є неможливою.

Окремо представник апелянта зазначив, що представником заявника не надано доказів на підтвердження виробництва взуття під заявленою торговельною маркою, а інші надані докази не є належними та достовірними.

Крім того, представник апелянта на засіданні уточнив вимоги заперечення та відмовився від підстави для відмови в реєстрації заявленого позначення, яка пов'язана з недобросовісною конкуренцією.

У додаткових поясненнях до відзиву на заперечення (від 24.03.2026 № Вх-20320/2026) представник заявника навів додаткові докази та аргументи на користь реєстрації заявленого позначення, акцентуючи на тривалості роботи магазину «ДОМ ОБУВИ ДОМИНО» та його відомості споживачам.

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

Відповідно до пунктів 11 і 12 глави 3 розділу II Регламенту колегія Апеляційної палати, з метою з'ясування обставин, якими обґрунтовуються вимоги апелянта та які необхідно встановити для прийняття рішення, заслухала вступне слово сторін, з'ясувала обставини, на які вони посилаються як на підставу своїх вимог і заперечень, та перевірила їх доказами, що містилися у запереченні (від 13.11.2025 № Вх-66116/2025), відзиві на заперечення (від 18.02.2026 № Вх-11127/2026), додаткових поясненнях до заперечення (від 03.03.2026 № Вх-14508/2026), додаткових матеріалах до відзиву на заперечення (від 24.03.2026 № Вх-20320), матеріалах заявки № m 2024 03338, та встановила таке.



Заявлене на реєстрацію комбіноване позначення поєднує словесні елементи та оригінальне графічне зображення. Словосполучення «ДОМ ОБУВИ», розміщене над графічним елементом, та словесний елемент «ДОМИНО», розміщений під графічним елементом, виконані стандартним шрифтом заголовними літерами кирилиці. Графічний елемент – квадрат, розділений вертикально на дві рівні частини (прямокутники). Ліва половина має чорний фон, на якому чорно-білим кольором зображено стилізовану ліву частину літери «D». Права половина має білий фон з тонкою чорною рамкою, на якому біло-чорним кольором зображено праву частину літери «D». Злиття білого і чорного елементів у центрі утворює велику стилізовану літеру «D», що нагадує плиточку (кісточку) гри «доміно». Позначення подано на реєстрацію відносно товарів 25 класу МКТП: «ботильйони; валянки (чоботи з валяної вовни); взуття гімнастичне; взуття дерев'яне; взуття для гри в футбол; взуття для спорту; взуття

пляжне; взуття; вироби панчішні теплі; бутси футбольні; гетри; деталі для взуття металеві; засоби для взуття протиковзні; калоші; колготки; набійки для взуття; носкові частини для взуття; панчішні вироби; панчохи; передки для взуття; півчоботи; підбори; підв'язки для панчіх; підошви для взуття; сандалі; тапочки; устілки для взуття; халяви чобіт; чоботи».



Протиставлена комбінована торговельна марка за свідоцтвом України № 136475 складається зі словесних та графічних елементів. Графічні елементи являють собою горизонтальне зображення чоловічих та жіночих силуетів, розміщених у два рядки. У проміжку між двома рядами силуетів розміщено словесний елемент «DOMINO GROUP», який виконано оригінальним шрифтом із широким міжлітерним інтервалом заголовними літерами латиниці. Під нижнім рядом силуетів по центру розміщено число «1995». Торговельна марка зареєстрована відносно товарів 25 класу МКТП.

Протиставлена торговельна марка **DOMINO** за свідоцтвом України № 221004 складається зі словесного елемента «DOMINO», виконаного стандартним шрифтом потовщеними заголовними літерами латиниці. Торговельна марка зареєстрована відносно товарів 16, 18, 25 класів та послуг 35 класу МКТП.

Протиставлена торговельна марка **DOMINO GROUP** за свідоцтвом України № 132378 складається з двох словесних елементів «DOMINO» та «GROUP», розміщених в один рядок, виконаних стандартним шрифтом заголовними потовщеними літерами латиниці чорного кольору. Торговельна марка зареєстрована відносно послуг 35 класу МКТП.

Протиставлена торговельна марка **DOMINO PASSAGE** за свідоцтвом України № 254022 складається з двох словесних елементів «DOMINO» та «PASSAGE», розміщених в один рядок, виконаних стандартним шрифтом заголовними потовщеними літерами латиниці чорного кольору. Торговельна марка зареєстрована відносно товарів 16, 25 класів та послуг 35 класу МКТП.

Протиставлена торговельна марка **DOMINO MAN** за свідоцтвом України № 150363 складається з двох словесних елементів «DOMINO» та «MAN», розміщених в один рядок, виконаних стандартним шрифтом заголовними потовщеними літерами латиниці чорного кольору. Торговельна марка зареєстрована відносно товарів 16 та послуг 35 класів МКТП.

Протиставлена торговельна марка **DOMINO VIP** за свідоцтвом України № 159412 складається з двох словесних елементів «DOMINO» та «VIP», розміщених в один рядок, виконаних стандартним шрифтом заголовними потовщеними літерами латиниці сірого кольору. Торговельна марка зареєстрована відносно послуг 35 класу МКТП.

Протиставлена торговельна марка **DOMINO HOMME** за свідоцтвом України № 140904 складається з двох словесних елементів «DOMINO» та «HOMME»,

розміщених в один рядок, виконаних стандартним шрифтом потовщеними заголовними літерами латиниці чорного кольору. Торговельна марка зареєстрована відносно товарів 16 та послуг 35 класів МКТП.

Протиставлена торговельна марка **DOMINO MANDARIN** за свідоцтвом України № 299648 складається з двох словесних елементів «DOMINO» та «MANDARIN», розміщених в один рядок, виконаних стандартним шрифтом заголовними літерами латиниці сірого кольору. Торговельна марка зареєстрована відносно товарів 25 та послуг 35 класів МКТП.

Колегія Апеляційної палати перевірила відповідність заявленого



позначення за заявкою № m 2024 03338 умовам надання правової охорони щодо наявності підстав для відмови, встановлених пунктами 2, 3 статті 6 Закону, з урахуванням глави 2 розділу II та глави 8 розділу VI Правил, та зазначає таке.

Відповідно до пункту 2 статті 5 Закону об'єктом торговельної марки може бути будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень. Такими позначеннями можуть бути, серед іншого, слова, власні імена, літери, цифри, зображувальні елементи, кольори, форма товарів або їх пакування, звуки, за умови, що такі позначення придатні для відрізнєння товарів або послуг одних осіб від товарів або послуг інших осіб, придатні для відображення їх у Реєстрі таким чином, що дає змогу визначити чіткий і точний обсяг правової охорони, що надається.

Статтею 1 Закону встановлено, що торговельна марка – це позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб.

Обсяг правової охорони, що надається, визначається зображенням торговельної марки та переліком товарів і послуг, внесеними до Реєстру, і засвідчується свідоцтвом з наведеними у ньому копією внесеного до Реєстру зображення торговельної марки та переліком товарів і послуг (пункт 4 статті 5 Закону).

Отже, основною та визначальною функцією торговельної марки як об'єкта інтелектуальної власності є здатність вирізняти (розрізняти) товари і послуги одних осіб з-поміж аналогічних товарів і послуг інших осіб, тобто торговельна марка повинна мати розрізняльну здатність.

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).

Відповідно до пункту 13 глави 8 розділу VI Правил під час перевірки заявленого позначення на тотожність і схожість з позначеннями, зазначеними у пункті 3 статті 6 Закону та пунктах 14 і 15 глави 2 розділу II Правил:

здійснюється пошук серед позначень, які на дату подання заявки або, якщо заявлено пріоритет, на дату пріоритету заявки, за якою проводиться експертиза, зареєстровані чи заявлені на реєстрацію в Україні або права на які набуті іншою особою до зазначеної дати;

здійснюється порівняльний аналіз заявленого позначення на тотожність і схожість із позначеннями, виявленими за результатами пошуку;

з'ясовується, чи є товари і/або послуги, для яких заявник просить зареєструвати торговельну марку, такими самими або спорідненими з товарами і/або послугами, для яких зареєстровані чи заявлені на реєстрацію в Україні виявлені за результатами пошуку тотожні або схожі позначення.

Пунктом 15 глави 8 розділу VI Правил встановлено, що під час порівняльного аналізу заявленого позначення на тотожність і схожість з позначеннями, виявленими за результатами пошуку, заявлені словесні позначення порівнюються зі словесними, комбінованими позначеннями та іншими видами позначень, до складу яких входять словесні елементи. Порядок встановлення схожості позначень визначений пунктами 16-17 глави 8 розділу VI Правил.

Оцінка схожості позначень здійснюється на основі елементів, що мають розрізняльну здатність, їх загального зорового сприйняття, зокрема домінуючих і другорядних графічних елементів, співставлення звукового складу, асоціативного ряду, ступеня семантичної близькості, їх кольорового та композиційного рішення. Під час встановлення схожості порівнювані позначення розглядаються в цілому, без поділення на окремі елементи. Оцінка схожості позначень здійснюється з позиції сприйняття їх пересічним споживачем.

Схожість словесних позначень обумовлюється звуковою (фонетичною), графічною (візуальною) та смисловою (семантичною) схожістю.

На виникнення звукової схожості словесних позначень впливає наявність у них таких ознак: близькість і збіг звуків; розташування близьких звуків і звукосполучень одних відносно інших; збіг складів та їхнє розташування; кількість звуків і складів; місце та розташування звукосполучень, що збігаються;

близькість складу голосних і приголосних; характер частин позначень, що збігаються; наголос; кількість і послідовність їх складів; спільний ритм та інтонація позначень.

Графічна (візуальна) схожість позначень обумовлюється наявністю таких ознак: загальне зорове враження; вид шрифту; графічне написання з урахуванням характеру літер (друковані чи прописні, заголовні чи рядкові); стилізоване виконання словесних елементів і ступінь стилізації; розташування літер одна відносно одної; алфавіт, літерами якого написано слово; колір чи комбінація кольорів. Під час визначення графічної схожості до уваги не беруться такі ознаки, як різні види стандартних шрифтів, різний розмір та накреслення літер, насиченість кольору, нахил, виконання позначень заголовними або рядковими літерами.

Смислова (семантична) схожість позначень обумовлюється наявністю таких ознак: подібність закладених у позначеннях понять та ідей; збіг змісту позначень різними мовами; збіг одного з елементів позначень, на який падає логічний наголос і який має самостійне значення, що є основою закладеної в позначенні ідеї.

Порівняльний аналіз заявленого позначення та протиставлених торговельних марок за свідоцтвами України №№ 136475, 221004, 132378, 254022, 150363, 159412, 140904, 299648 свідчить про фонетичну схожість, яка обумовлюється тотожністю звучання (звуковий склад, кількість складів, кількість голосних та приголосних звуків) словесного елемента «Домино»/«Domino», який входить до складу всіх порівнюваних позначень. Заявлене на реєстрацію позначення відрізняється звучанням додаткового словесного елемента «Дом обуви». Протиставлені торговельні марки за свідоцтвами України №№ 136475, 132378, 254022, 150363, 159412, 140904, 299648 відрізняються від заявленого позначення звучанням словесних елементів «Group», «Passage», «Man», «Vip», «Homme», «Mandarin».

З огляду на зазначене вище, звукове (фонетичне) сприйняття заявленого на реєстрацію позначення «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО», комб.» та торговельних марок, протиставлених апелянтом, є різним. Отже, колегія Апеляційної палати не вважає порівнювані позначення схожими за фонетичною ознакою.

Щодо графічної (візуальної) схожості колегія Апеляційної палати зазначає, що заявлене позначення та протиставлена торговельна марка за свідоцтвом України № 136475 схожі за написанням (відтворенням) словесного елемента «Домино»/«Domino» заголовними літерами та відрізняються наявністю у їхньому складі різних графічних та зображувальних елементів, видом шрифту (стандартний/оригінальний), алфавітом (кирилиця/латиниця), довжиною написання словесних елементів (14 літер/11 літер та 4 цифри).

Заявлене позначення та торговельні марки за свідоцтвами України №№ 221004, 132378, 254022, 150363, 159412, 140904, 299648 схожі за видом шрифту (стандартний), написанням (відтворенням) словесного елемента «Домино»/«Domino», водночас відрізняються алфавітом (кирилиця/латиниця),

довжиною написання словесних елементів, наявністю у заявленому позначенні додаткових графічних елементів.

Отже, колегія Апеляційної палати зазначає, що загалом порівнювані позначення викликають різне зорове сприйняття та не створюють загального враження візуальної схожості.

Під семантичною схожістю розуміється подібність покладених у порівнювані позначення понять, ідей, тобто подібність смислового значення позначень. Для тлумачення словесних елементів порівнюваних позначень колегія Апеляційної палати звернулася до доступних інформаційно-довідкових джерел та відомостей, зокрема наявних у мережі «Інтернет», проаналізувала доводи сторін та встановила таке.

Відповідно до відомостей сучасного словника іншомовних слів. – Близько 20 тисяч слів і словосполучень. – К. : Видавництво «Довіра», 2006. – С. 238:

доміно¹ (франц. domino < італ. domino – довгий одяг ченців; маскарадний костюм схожого крою < лат. dominus – пан) – 1) маскарадний костюм – довгий одяг з каптуром; 2) плащ з каптуром у римо-католицьких ченців;

доміно² (італ. Domino < лат. dominus – пан, хазяїн дому) – гра, у якій використовують 28 пластинок, на лицьовому боці яких нанесені очки, а також набір пластинок для цієї гри.

Словосполучення «Дом обуви» у перекладі з російської мови означає «будинок взуття»¹.

Слово «group» у складі протиставлених торговельних марок за свідоцтвами України №№ 136475, 132378 у перекладі з англійської мови означає «група»².

Слово «passage» у складі протиставленої торговельної марки за свідоцтвом України № 132378 у перекладі з англійської мови означає «проходження»³.

Слово «man» у складі протиставленої торговельної марки за свідоцтвом України № 150363 у перекладі з англійської мови означає «чоловік/людина»⁴.

Слово «vip» у складі протиставленої торговельної марки за свідоцтвом України № 159412 є аббревіатурою та розшифровується як Very Important Person, що у перекладі з англійської мови означає «дуже важлива персона»⁵.

Слово «homme» у складі протиставленої торговельної марки за свідоцтвом України № 140904 у перекладі з французької мови означає «чоловік»⁶.

Слово «mandarin» у складі протиставленої торговельної марки за свідоцтвом України № 299648 у перекладі з англійської мови означає «мандарин» (цитрусовий фрукт)⁷.

Отже, заявлене позначення «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО», комб.» загалом прямо асоціюється у споживачів з місцем продажу взуття, а домінуючий

¹ <https://www.mtranslate.org.ua/perekladach/eng/online#text=%D0%B4%D0%BE%D0%BC+%D0%BE%D0%B1%D1%83%D0%B2%D0%B8&direction=ru-uk>

² <https://www.m-translate.org.ua/perekladach/eng/online#text=group&direction=en-uk>

³ <https://www.m-translate.org.ua/perekladach/eng/online#text=passage&direction=en-uk>

⁴ <https://translate.google.com.ua/?sl=auto&tl=uk&text=man&op=translate>

⁵ <https://www.m-translate.org.ua/perekladach/eng/online#text=Very+Important+Person&direction=en-uk>

⁶ <https://translate.google.com.ua/?sl=fr&tl=uk&text=homme&op=translate>

⁷ <https://www.m-translate.org.ua/perekladach/eng/online#text=mandarin&direction=en-uk>

графічний елемент у формі квадрата, в якому розміщена стилізована літера «D», підсилює асоціацію з класичною настільною грою – «доміно».

Торговельні марки за свідоцтвами України №№ 136475, 132378 викликають асоціації з певною спільнотою чи корпорацією (об'єднаною групою людей), а цифрове позначення «1995» у торговельній марці за свідоцтвом № 136475 вказує на дату заснування (рік).

Словесна торговельна марка за свідоцтвом України № 221004 має нейтральне абстрактне значення, яке не сприймається споживачем як вказівка на конкретний вид товару – взуття або одяг.

Словесна торговельна марка за свідоцтвом України № 254022 викликає асоціації з проходженням відкритої торгової галереї (пасажу).

Словесні торговельні марки за свідоцтвами України №№ 150363, 140904 мають обмежену семантичну спрямованість виключно на чоловічу аудиторію та асоціюються у споживачів з чоловічим одягом, парфумерією, аксесуарами тощо, тобто персоналізованим чоловічим брендом.

Абревіатура «VIP» у складі словесної торговельної марки за свідоцтвом України № 159412 є загальновживаним терміном, що вказує на преміальність, високу якість або особливий статус, отже буде сприйматися споживачем як преміальна лінійка певних товарів або послуг.

Словесна торговельна марка за свідоцтвом України № 299648 буде сприйматися споживачем як вигадана (фантазійна) та викликатиме асоціації з певним торговельним майданчиком (комплексом) з реалізації товарів або надання послуг високої якості/вартості, наприклад торговельно-розважальним центром «Mandarin Plaza» у м. Київ.

Зважаючи на встановлене семантичне значення порівнюваних торговельних марок, колегія Апеляційної палати зазначає, що у заявленому позначенні в просторовому розташуванні центральним елементом, на який припадає логічний наголос, є стилізована монограма у вигляді латинської літери «D», виконаної в чорно-білому кольорі, що нагадує плиточку настільної гри «доміно». Словесні елементи позначення «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО», розташовані зверху та знизу центрального графічного елемента і виконані друкованими заголовними літерами кирилиці, є чіткими та доступними до огляду, а їх зміст є повністю зрозумілим пересічному споживачу. Отже, заявлене позначення прямо та безперечно вказує споживачу на спеціалізований магазин (бутик) з продажу взуття. Натомість протиставлені торговельні марки, власником яких є апелянт, семантично сприймаються споживачем як вигадана серія позначень товарів і/або послуг певного виду (роду) та викликають асоціації з ексклюзивністю, високим статусом/якістю, чоловічим стилем тощо. Попри наявність у порівнюваних торговельних марках спільного словесного елемента «Доміно»/«Domino», загальне зорове та фонетичне сприйняття їх в цілому є докорінно різним, що виключає ймовірність їх сплутування споживачами.

З огляду на зазначене вище, підстави для встановлення однорідності (спорідненості) товарів 25 класу МКТП заявленого позначення та протиставлених торговельних марок відсутні.

За результатами сукупної оцінки звукової (фонетичної), графічної (візуальної) та смислової (семантичної) ознак, заявлене позначення за заявкою № m 2024 03338 не є схожим настільки, що його можна сплутати, зокрема асоціювати, з торговельними марками за свідоцтвами України №№ 136475, 221004, 132378, 254022, 150363, 159412, 140904, 299648. Отже, на заявлене позначення не поширюється підстава для відмови в наданні правової охорони, встановлена абзацом другим пункту 3 статті 6 Закону.

Абзацом шостим пункту 2 статті 6 Закону встановлено, що не можуть одержати правову охорону позначення, які можуть ввести в оману щодо особи, яка виробляє товар або надає послугу.

Відповідно до пункту 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.

Зокрема, позначення вважається таким, що може ввести в оману щодо особи, яка виробляє товар або надає послугу, якщо воно містить елементи, які вказують на певну особу, що може викликати у споживачів асоціації з виробником товарів чи надавачем послуг, які насправді не відповідають дійсності.

Небезпека введення в оману споживача відносно виробника може, зокрема, бути наслідком використання різними особами схожих торговельних марок відносно споріднених товарів і послуг, оскільки у споживача може виникнути помилкове враження про те, що споріднені товари (послуги), що фактично вироблені (надані) різними особами, походять від однієї особи.

Водночас встановлення наявності небезпеки введення в оману потребує оцінки сукупності обставин та належного доказового підтвердження обставин, на які посилається особа, що подає заперечення.



Для встановлення того, чи може заявлене позначення породжувати у свідомості споживача асоціації, пов'язані з певним виробником, які насправді не відповідають дійсності, колегія Апеляційної палати дослідила відомості і документи, що містяться у запереченні, додаткових поясненнях до заперечення, відзиві на заперечення та додаткових поясненнях до відзиву на заперечення.

Колегія Апеляційної палати зазначає, що заявлене позначення не містить будь-яких імен, прізвищ, фірмових (комерційних) найменувань фізичних та юридичних осіб і не вказує на топоніми та/або географічні назви. Відповідно, зміст позначення ніякою мірою не індивідуалізує певного виробника товарів 25 класу МКТП, оскільки не створює у споживача хибних уявлень про те, що товари під цим позначенням виробляються певним українським або іноземним виробником.

Згідно з інформацією, наданою представником апелянта, апелянт є власником відомої в Україні ритейлової мережі «DOMINO», діяльність якої пов'язана з продажем вишуканого одягу, взуття та аксесуарів класу «luxury». Зокрема, Domino Mandarin – це справжній символ моди та розкоші, найбільший мультибрендовий бутик в Києві, розташований у самому центрі столиці. Domino VIP являє собою зібрання найсучасніших та ексклюзивних колекцій від всесвітньо відомих будинків моди. У ньому представлено одяг, взуття та аксесуари від понад 50 всесвітньо відомих брендів – від найкращих зразків офіційної класики та повсякденної елегантності до авторських речей з останніх колекцій. Domino Man – орієнтир для тих, хто шукає чоловічий одяг, і один з найвидатніших проєктів DOMINO. Він полягає у забезпеченні найвищого рівня обслуговування та пропозиції широкого асортименту одягу. Domino Odessa – один з найуспішніших проєктів DOMINO. Оригінальний проєкт, що відображає дух часу і представляє іконічні італійські, французькі та британські бренди для сучасних жінок, які самі створюють власні тренди.

Відповідно до інформації, наданої представником заявника, «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО» ФОП Зінов'єв А. М. здійснює свою діяльність близько 27 років на території м. Харків (вул. Григорія Сковороди (Пушкінська), 47/49) та веде свою підприємницьку діяльність з продажу одягу та взуття. Крім того, заявник є



власником свідоцтва України № 185006 на торговельну марку «ДОМИНО» відносно товарів 25 класу МКТП, дію якого продовжено до 13.05.2033.

Колегія Апеляційної палати встановила, що доводи представника апелянта щодо вірогідності введення в оману мають загальний характер та ґрунтуються переважно на припущеннях про потенційне сприйняття споживачами заявленого позначення як такого, що пов'язане з діяльністю апелянта. Апелянтом не доведено, що серед відповідного кола споживачів сформувався сталий асоціативний зв'язок між позначенням «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО», комб.» та

апелянтом – Шухніним А. С. – як єдиним джерелом комерційного походження товарів. Отже, представником апелянта не надано належних доказів (фактичних даних), які б підтверджували, що серед відповідного кола споживачів сформувався сталий асоціативний зв'язок між заявленим позначенням та особою апелянта.

Зважаючи на фактичне використання на території України порівнюваних позначень, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що використання заявленого позначення не створює реальної небезпеки введення споживачів в оману щодо особи, яка виробляє товари 25 класу МКТП, та виключає можливість формування у свідомості споживачів асоціацій, пов'язаних з діяльністю апелянта – Шухніна А. С.

З огляду на викладене вище, підстава для відмови в наданні правової охорони, встановлена абзацом шостим пункту 2 статті 6 Закону, не може бути застосована до позначення за заявкою № m 2024 03338.

Стосовно доводів представника апелянта щодо порушення представником заявника строків подання відзиву на заперечення колегія Апеляційної палати зазначає таке.

Відповідно до абзаців п'ятого-сьомого пункту 8 розділу 1 глави II Регламенту відзив подається протягом п'ятнадцяти календарних днів з дня одержання заявником повідомлення про прийняття заперечення до розгляду. У разі ненадання заявником відзиву в установлений строк без поважних причин колегія розглядає заперечення за наявними матеріалами заперечення. Якщо відзив на заперечення надано з порушенням встановленого строку та обґрунтовано наявність поважних причин такого порушення належними доказами, колегія залучає його до матеріалів заперечення та бере до уваги. В іншому разі наданий відзив колегія залишає без розгляду.

Як зазначає представник заявника у письмову клопотанні від 18.02.2026 (№ Вх-11127/2026), заявник не отримував повідомлення Апеляційної палати про прийняття заперечення до розгляду. Крім того, з 27 січня 2026 року по 02 лютого 2026 року заявник внаслідок хвороби перебував на стаціонарному лікуванні, відтак не зміг вчасно скористатися своїм правом на подання відзиву на заперечення.

Зазначене підтверджується наявною в матеріалах справи випискою з медичної карти стаціонарного хворого від 02.02.2026 № 1432 Комунального некомерційного підприємства «Міська клінічна багатопрофільна лікарня № 17» Харківської міської ради. Крім того, повідомлення Апеляційної палати від 02.01.2026 № 10/3201-01-2026 на ім'я Зінов'єва А. М. про прийняття заперечення до розгляду було повернуто Укрпоштою 02.02.2026 у зв'язку із закінченням терміну зберігання.

Зважаючи на вказане вище, колегія Апеляційної палати визнає причини порушення заявником встановленого строку на подання відзиву на заперечення поважними та обґрунтованими відповідними доказами. Отже, відзив на

заперечення від 18.02.2026 (№ Вх-11127/2026) залучено до матеріалів заперечення та взято колегією Апеляційної палати до уваги.

Стосовно доводів представника апелянта про те, що, оскільки заявник є власником свідоцтва України № 185006 на тотожну торговельну марку «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО», комб.» відносно тих самих товарів 25 класу МКТП, що і за поданою заявкою № m 2024 03338, реєстрація нової торговельної марки за цією заявкою для таких самих товарів є неможливою, колегія Апеляційної палати зазначає таке.

Заявлене позначення за заявкою № m 2024 03338 подано на реєстрацію відносно товарів 25 класу МКТП: «ботильйони; валянки (чоботи з валяної вовни); взуття гімнастичне; взуття дерев'яне; взуття для гри в футбол; взуття для спорту; взуття пляжне; взуття; вироби панчішні теплі; бутси футбольні; гетри; деталі для взуття металеві; засоби для взуття протиковзні; калоші; колготки; набійки для взуття; носкові частини для взуття; панчішні вироби; панчохи; передки для взуття; півчоботи; підбори; підв'язки для панчіх; підошви для взуття; сандалі; тапочки; устілки для взуття; халяви чобіт; чоботи».

Торговельна марка за свідоцтвом України № 185006 зареєстрована відносно товарів 25 класу МКТП: «бутси (футбольні черевики); взуттєві передки; взуття; спортивне взуття; гімнастичні туфлі; калоші; капці (пантофлі); взуття для купання; дерев'яне взуття; лижні черевики; набійки на взуття; носкові частини взуття; підошви; пляжне взуття; полотняні туфлі та сандалі; протиковзові засоби для взуття; ранти до взуття; сандалі; спортивні туфлі; туфлі; устілки (до взуття); фітінги (обладунки) металеві до взуття; черевики; черевички із шнурками; чоботи; шпичаки до футбольних черевиків».

З огляду на різний обсяг правової охорони заявленої на реєстрацію торговельної марки за заявкою № m 2024 03338 та торговельної марки за свідоцтвом України № 185006, колегія Апеляційної палати не бере до уваги доводи представника апелянта у цій частині.

Дослідивши матеріали справи в межах мотивів заперечення, колегія Апеляційної палати дійшла висновку про відсутність підстав для задоволення заперечення та скасування рішення УкрНОІВІ від 22.08.2025 про реєстрацію торговельної марки «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО», комб.» за заявкою № m 2024 03338.

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 Шухніну Антону Сергійовичу в задоволенні заперечення повністю.

2. Рішення УКРНОІВІ від 22.08.2025 про реєстрацію торговельної марки «ДОМ ОБУВИ «ДОМИНО», комб.» за заявкою № т 2024 03338 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

В. Л. Грищенко
В. О. Макаринська
Ю. А. Горбик



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/103-26 від
27.08.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Грищенко В. Л. 27.08.2026
09:27
04AF212836405D990400
000082493D00728EED00



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/103-26 від
27.08.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Горбик Ю. А. 24.08.2026 17:50
3FAA9288358EC0030400
0000015F3A007B71DB00



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/103-26 від
27.08.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Макаринська В. О. 24.08.2026
13:35
3FAA9288358EC0030400
0000050A3A00634AD900