ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ УКРНОІВІ
30.10.2026 № 348/2026

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 , код згідно з ЄДРПОУ: 44673629

29 травня 2025 року

Колегія Апеляційної палати Національного органу інтелектуальної власності, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Білоцьким В. В. від 20.08.2025 № Р-АП/172-25, у складі головуючого Грищенко В. Л. та членів колегії Бабенко Т. М., Костенко І. А. за участю секретаря засідання Костенко І. А., розглянула заперечення Товариства з обмеженою відповідальністю «Інтерфом-Консалтинг» проти рішення від 29.11.2024 про відмову в реєстрації торговельної марки «NOBLE» за заявкою № m 2023 05675.

Представник апелянта – Западинчук В.О.
Представник УКРНОІВІ – Бабат І.Ю.

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

Апелянт не погоджується з рішенням від 29.11.2024 про відмову в реєстрації торговельної марки «NOBLE» за заявкою № m 2023 05675, прийнятим на підставі висновку експертизи про те, що заявлене словесне позначення для всіх зазначених в заявці для всіх заявлених товарів і/або послуг Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП): не має розрізняльної здатності та не набуло такої внаслідок його використання; є описовим, складається лише з даних, що є описовими, вказує на властивості товарів, носить хвалебний, рекламний характер.

14.08.2025 апелянтом подано заперечення, а 10.09.2025 подано клопотання про зміну (доповнення) підстав на вимог, тому колегія проводить розгляд заперечення відносно цих документів.

Апелянт вважає, що заявлене позначення не можна віднести до таких, що не мають розрізняльної здатності в розумінні абзацу другого пункту 2 статті 6 Закону та пункту 2 глави 2 розділу ІІ 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, затвердженими наказом Міністерства економіки України від 06.08.2024 № 19889 (далі – Правила).

Як аргументи на спростування відсутності описовості заявленого позначення апелянт пояснює його семантичне значення та зазначає, що у англійській мові слово «noble» має глибоке історичне та лінгвістичне коріння, що сягає давніх індоєвропейських мов.

Слово «noble» походить від латинського «nobilis», що означало «відомий», «шляхетний» або «видатний». Латинське «nobilis» утворилося від «nosco» (знати, пізнавати) через похідну форму «gnoscibilis» (той, кого можна знати), згодом трансформовану в «nobilis» через фонетичні зміни. Цей термін спочатку використовувався для позначення людей, відомих через їхній соціальний статус, багатство чи заслуги. З латинської слово «nobilis» в період середньовіччя (приблизно X-XII століття) перейшло в старофранцузьку мову як «noble», зберігши значення «шляхетний» або «такий, що належить до знаті». У середньовічну англійську мову (приблизно XIII століття) слово «noble» потрапило через норманське завоювання Англії (1066 рік), коли французька стала мовою дворянства.

Спочатку слово «noble» було тісно пов’язане з аристократичним класом, відображаючи ієрархію середньовічного суспільства. Наприклад, у феодальній Європі воно застосовувалося до титулованих осіб (герцоги, барони). З часом (з XVI-XVII століття) значення слова «noble» розширилося до абстрактного поняття «благородство душі» (наприклад, «noble deeds» – благородні вчинки), що відокремило його від суто соціального статусу. У XIX-XX століттях «noble» почало метафорично вживатися щодо неживих об’єктів (наприклад, «noble metals» – благородні метали, такі як золото чи срібло).

Апелянт зазначає, що у висновку експертизи без посилання на конкретний словник вказано: «NOBLE (англ.) – чудовий//благородний. Чудовий – прекрасний, чудесний. Благородний – який відзначається дуже гарними якостями». Між тим, між прикметниками української мови «прекрасний», «чудесний» та «чудовий» наявні семантичні розбіжності, пов’язані з відтінками їх значень, емоційним забарвленням і контекстами вживання.

При цьому слово «noble» в англійській мові використовується для характеристики особи і не використовується як стандартний епітет для речей (товарів) у значенні «прекрасний, чудесний» без вказівки на саму річ або вид товару.

Апелянт наводить витяги з різноманітних словників щодо перекладу заявленого позначення та робить висновок про те, що в українській мові слово «нобіль» не має значень «чудовий//благородний» стосовно речей (товарів). Отже, при вирішенні питання щодо визначення семантики виконаного латиницею іноземного слова «noble» пересічним українським споживачем необхідно перш за все враховувати українські мовні традиції та керуватися саме тими семантичними значеннями іншомовного слова, які історично сприйняті українською мовою. У даному випадку ці семантичні значення слова «нобіль» («noble») в українській мові не мають рекламного або хвалебного характеру.

На думку апелянта, пересічний споживач при купівлі товарів 20 класу МКТП (матраци та подушки) не буде намагатися з'ясувати семантику позначення «NOBLE» і буде сприймати його як бренд.

Тому віднесення експертом заявленого позначення до «зазначення властивостей товарів, в тому числі таких, що носять хвалебний характер» не є коректним.

Заявлене позначення не вказує на конкретні властивості товарів 20 класу МКТП, не описує їх технічні характеристики, безпосередньо не характеризує товари з точки зору їх властивостей тощо.

Заявлене позначення само по собі не може викликати у пересічного споживача будь-які прямі асоціації з товаром чи його властивостями. Його семантичні значення відносяться до характеристик осіб, а не речей (товарів), що виключає приналежність позначення «NOBLE» до описових.

Не є прийнятним також твердження експертизи про те, що позначення «NOBLE» не набуло розрізняльної здатності внаслідок використання, що пояснюється таким.

Апелянт тривалий час використовує заявлене позначення для маркування, рекламування та просування своєї продукції.

Так, за період з 2011 по 2023 роки з під ТМ «Noble» було продано 18 511 матраців та 240 572 подушки.

Таким чином, позначення «NOBLE» не тільки мало первинну розрізняльну здатність, але його розрізняльна здатність на дату подання заявки № m 2023 05675 ще й значно посилилася за рахунок тривалого та широкого використання при рекламуванні (просуванні) відповідних товарів, в тому числі через мережу Інтернет, а також з огляду на великі обсяги продажів відповідних товарів 20 класу МКТП.

25.12.2025 апелянтом надано додаткові матеріали, що підтверджують тривале і безперервне використання заявленого позначення (у копіях):

1. Комплект сертифікаційної документації ТОВ «Інтерфом-Захід»;
2. Комплект сертифікаційної документації ТОВ «Інтерфом-Дніпро»,
3. Комплект сертифікаційної документації ТОВ «Інтерфом»;
4. Комплект сертифікаційної документації ТОВ «Інтерфом-М»;
5. Реєстр із зазначенням артикулів, назв та штрих-кодів на готову продукцію ТМ «Noble» (подушки: Butterfly, Cloud, Iconic, Ergolight, Sweeten);

6. Прайс-лист/перелік готової продукції (матраців) ТМ «Noble» (зокрема, Platinum Hercules, Argentum Amaltea, Argentum Moon) із зазначенням серії, кодів та розмірних параметрів;

7. Звіт по сертифікатам та GTIN на ортопедичні подушки ТМ «Noble»;

8. Звіт по сертифікатам та GTIN на ортопедичні матраци ТМ «Noble»;

9. Внутрішній реєстр (облікова форма) для контролю чинності дозвільної документації ТОВ «Інтерфом», із зазначенням назв сертифікатів, дати видачі та термінів дії.

Враховуючи наведене, апелянт просить задовольнити заперечення, скасувати рішення від 29.11.2024 про відмову в реєстрації торговельної марки «NOBLE» за заявкою № m 2023 05675 та зареєструвати заявлене позначення відносно товарів 20 класу МКТП.

В обґрунтування своєї позиції, викладеної у рішенні від 29.11.2024, представник УКРНОІВІ зазначив, що кваліфікаційна експертиза заявленого позначення проводилась відповідно до пункту 1 статті 5, пунктів 1-5 статті 6 Закону з урахуванням пункту 2 глави 2 розділу ІІ Правил.

За результатами кваліфікаційної експертизи, проведеної з урахуванням мотивованої відповіді від 21.11.2024, поданої у зв’язку з одержанням повідомлення експертизи від 09.09.2024 № 156810/ЗМ/24 про можливу відмову в реєстрації заявленого позначення, експертом встановлено, що заявлене словесне позначення:

не має розрізняльної здатності та не набуло такої внаслідок використання (абзац другий пункту 2 статті 6 Закону; пункт 2 глави 2 розділу ІІ Правил).

Обґрунтування: Розрізняльна здатність характеризується наявністю у позначення певних індивідуальних ознак, за допомогою яких споживач має можливість вирізняти товари одних осіб з-поміж таких самих товарів інших осіб.

Заявлене позначення складається лише з даних, що є описовими, вказує на властивості товарів, носить хвалебний, рекламний характер (абзац четвертий пункту 2 статті 6 Закону; пункт 2 глави 2 розділу ІІ Правил).

Обґрунтування: NOBLE (англ.) – чудовий//благородний.

Чудовий – прекрасний, чудесний.

Благородний – який відзначається дуже гарними якостями.

Зважаючи на викладене, експертом підготовлено висновок про невідповідність заявленого позначення умовам надання правової охорони повністю, на підставі якого прийнято рішення від 29.11.2024 про відмову у реєстрації торговельної марки «NOBLE» за заявкою № m 2023 05675.

Пунктом 1 глави 3 розділу ІІ 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 ІІ Регламенту колегія Апеляційної палати з метою з'ясування обставин, якими обґрунтовуються вимоги апелянта та які необхідно встановити для прийняття рішення, заслухала вступне слово представника апелянта, з'ясувала обставини, на які він посилається як на підставу своїх вимог і заперечень та перевірила їх доказами, що містилися у запереченні (№ Вх-6718-06/2025 від 14.08.2025), у додаткових матеріалах до заперечення (№ Вх-7426-06/2025 від 10.09.2025, № Вх-7768-06/2025 від 22.09.2025, № Вх-10931-06/2025 від 18.12.2025), та встановила таке.

Заявлене на реєстрацію словесне позначення «NOBLE» словесне, виконане заголовними літерами латиниці, стандартним жирним шрифтом, синього кольору.

Позначення подано на реєстрацію відносно товарів 20 класу МКТП.

Колегія Апеляційної палати перевірила відповідність заявленого позначення умовам надання правової охорони щодо наявності підстав для відмови, встановлених пунктом 2 статті 6 Закону, з урахуванням пункту 2 глави 2 розділу ІІ Правил).

Відповідно до пункту 2 статті 6 Закону не можуть одержати правову охорону позначення, які: звичайно не мають розрізняльної здатності та не набули такої внаслідок їх використання; складаються лише з позначень чи даних, що є описовими при використанні щодо зазначених у заявці товарів і послуг або у зв'язку з ними, зокрема вказують на вид, якість, склад, кількість, властивості, призначення, цінність товарів і послуг, місце і час виготовлення чи збуту товарів або надання послуг; є оманливими або такими, що можуть ввести в оману щодо товару, послуги або особи, яка виробляє товар або надає послугу.

Згідно з пунктом 2 глави 2 розділу ІІ Правил позначення вважається таким, що звичайно не має розрізняльної здатності, якщо воно непридатне для вирізнення товару (послуги), що виробляється (надається) однією особою, з-поміж товарів (послуг), що виробляються (надаються) іншими особами.

Зазвичай не має розрізняльної здатності позначення, яке є, наприклад:

літерою або цифрою у стандартному виконанні, лінією, простою геометричною фігурою;

кольором, якщо він сприймається не інакше, ніж як такий;

довгим і складним для сприйняття текстом;

піктограмою (умовним, спрощеним зображенням дій, предметів або понять, яке виконує суто інформативну або навчальну функцію);

дуже простим музичним звуком, що складається з однієї чи двох нот, чи надто довгим музичним твором, який не сприймається як такий, що вирізняє товар або послугу конкретного виробника;

реалістичним чи схематичним зображенням товару, що заявляється як торговельна марка для позначення цього товару.

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

Відповідно до абзаців першого-третього пункту 7 глави 8 розділу VI Правил під час перевірки заявленого позначення, чи не складається воно лише з позначень чи даних, що є описовими під час використання щодо зазначених у заявці товарів і/або послуг або у зв'язку з ними, перевіряється, чи не містить воно позначень, визначених пунктом 5 глави 2 розділу II цих Правил.

Під час такої перевірки визначається загальний рівень (ступінь) описовості. Описовість позначення встановлюється на основі звичайного розуміння його описової суті пересічним споживачем.

Водночас перше зорове сприйняття позначення повинно однозначно (без додаткових роздумів) створювати враження про те, що позначення вказує на товар чи послугу або на всі чи окремі його (її) властивості (характеристики). Якщо для того, щоб сформулювати описову суть торговельної марки необхідні роздуми, асоціації чи пояснення, така торговельна марка не вважається описовою.

Пунктом 5 глави 2 розділу II Правил встановлено, що позначення вважається описовим під час використання щодо зазначених у заявці товарів і/або послуг чи у зв'язку з ними, якщо воно характеризує їх, зокрема безпосередньо вказує на вид, якість, склад, кількість, властивості, передбачене призначення, цінність товарів і/або послуг, географічне походження, місце і час виготовлення чи збуту товарів або надання послуг.

Описовість позначення тісно пов'язана з товарами (послугами), для яких воно заявляється на реєстрацію, і оцінюється саме відносно цих товарів (послуг).

Для встановлення того, чи має заявлене позначення розрізняльну здатність та чи є воно описовим для заявленого переліку товарів 20 класу МКТП: «Матраци водяні, крім призначених на медичні потреби; матраци надувні, крім призначених на медичні потреби; матраци солом'яні; матраци туристські; матраци; матрацики для сповивання дітей багаторазового використання; подушки; подушки диванні; подушки для домашніх тварин; подушки для підкладання в клітки для домашніх тварин; подушки для утримування голови немовлят в певному положенні; подушки надувні підтримувальні, крім призначених на медичні потреби; подушки надувні, крім призначених на медичні потреби; подушки-валики; подушки-валики для підтримування голови немовлят; подушки-валики для фіксації положення немовлят», колегія Апеляційної палати звернулась до доступних інформаційних джерел, мережі Інтернет, а також перевірила відомості і посилання, якими обґрунтовується висновок експертизи, та з'ясувала таке.

Джерело https://vocabulary.com.ua/vocabulary/noble наводить наступний переклад слова «NOBLE»:

Noble [ˈnəub(ə)l] дворянин, аристократ; шляхетний, благородний, титулований;

Іменник: – дворянин, аристократ;

Прикметник: – титулований, вельможний, знатний; прекрасний, чудовий; блискучий; шляхетний; величний; ставний; благородний (про метал); інертний (про газ).

Проаналізувавши семантичне значення заявленого позначення, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що пересічному споживачу буде важко визначити конкретне смислове значення по відношенню до товарів 20 класу МКТП, та асоціювати його з визначенням, наведеним в рішенні «чудовий/благородний» і відповідно віднести до таких, що носять хвалебний, рекламний характер.

Враховуючи досліджену семантику, колегія Апеляційної палати вважає, що віднести заявлене позначення до таких, що вказують на властивості заявлених товарів 20 класу МКТП, неможливо.

Зважаючи на зазначене вище, заявлене позначення не є описовим відносно заявлених товарів 20 класу МКТП, а відтак до нього не може бути застосована підстава для відмови в наданні правової охорони, встановлена абзацом четвертим пункту 2 статті 6 Закону.

Відповідно до статті 492 Цивільного кодексу України торговельною маркою може бути будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень, які придатні для вирізнення товарів (послуг), що виробляються (надаються) однією особою, від товарів (послуг), що виробляються (надаються) іншими особами.

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

Колегія Апеляційної палати зауважує, що розрізняльна здатність характеризується наявністю в позначенні певних індивідуальних ознак, за допомогою яких споживач має можливість отримати інформацію про комерційне джерело походження товару чи послуги, тобто ідентифікувати особу виробника або надавача послуг.

Розрізняльна здатність (дистинктивність) позначення не є безумовним і незмінним фактором. У залежності від заходів, що здійснюються особою, що використовує позначення або третіми особами, розрізняльна здатність може бути придбана, примножена або навіть втрачена.

Розрізняльна здатність позначення тісно пов’язана з товарами (послугами), для яких воно заявляється на реєстрацію, і оцінюється саме відносно цих товарів (послуг).

Якщо є підстави вважати, що заявлене позначення звичайно не має розрізняльної здатності, то перевіряється, чи не набуло воно такої внаслідок його використання.

Для визначення того, чи набуло позначення розрізняльної здатності, мають бути враховані всі фактори, особливо тривалість використання торговельної марки.

За результатами дослідження доступних джерел інформації та наданих апелянтом додаткових матеріалів колегія Апеляційної палати прийшла до висновку, що апелянт вживає активних дій для поширення, підвищення ступеню впізнаваності заявленого позначення серед споживачів, що підтверджується таким.

Апелянт є провідним виробником еластичного пінополіуретану (поролону) (далі – ППУ) на території України, здійснює діяльність з 1997 року і є найбільшим виробником пінополіуретану у Східній Європі. Загальна чисельність персоналу 500-1000 працівників.

Виробнича база апелянта включає чотири сучасні заводи: ТОВ «Інтерфом» (Обухів, Київська область – базове виробництво ППУ), ТОВ «Інтерфом-Дніпро» (Дніпропетровська область – виробництво ППУ), ТОВ «Інтерфом-М» (Дніпропетровська область – товари народного вжитку, зокрема побутові губки та інші вироби), ТОВ «Інтерфом-Захід» (Хоростків, Тернопільська область – ППУ та продукція для дому й сну). Всі майданчики оснащені високотехнологічними лініями slabstock-типу (безперервне блокове виробництво ППУ).

Постачання здійснюється як на внутрішній український ринок, так і до країн Східної та Західної Європи, Туреччини та інших ринків.

За даними фінансової звітності за 2024 рік, виручка апелянта становила орієнтовно 15,1 млн грн.

Апелянт представлений в професійних та соціальних мережах, зокрема у вигляді сторінки «Interfoam Group of Companies» в соціальний мережі LinkedIn, а також має офіційну сторінку у соціальний мережі Facebook. Ці канали використовуються для публікації новин, інформації для партнерів, вітальних звернень, що додатково підтверджує системний, а не формальний характер присутності на ринку.

Торговельна марка «NOBLE» є одним із ключових брендів апелянта, що використовується для позначення ортопедичних матраців і подушок преміального сегменту highfoam. «NOBLE» позначає лінійку елітних матраців і подушок, розроблених для забезпечення здорового сну, із знімними чохлами, гіпоалергенними наповнювачами, та позиціонується у верхньому ціновому сегменті ринку, нарівні з Zephyr, Fresh, Bluemarine тощо.

З 2010 року апелянт був власником свідоцтва України № 133192 на торговельну марку «NOBLE», зареєстрованою для товарів 20 класу МКТП «матраци», а з 2012 року був власником свідоцтва України № 159002 на торговельну марку «Noble, комб.», зареєстрованою для товарів 20 класу МКТП «матраци; матраци пружинні; матраци водяні нелікарські (немедичні)».

Тобто, заявлене позначення є ребрендінгом попередніх торговельних марок, що демонструє безперервну політику апелянта щодо збереження й розвитку бренду «NOBLE».

Оцінивши наведену апелянтом у запереченні інформацію, додаткові матеріали до заперечення та надані ним на користь реєстрації докази, колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що заявлене позначення «NOBLE» має розрізняльну здатність, оскільки придатне для вирізнення товарів, що виробляються апелянтом, з-поміж товарів, що надаються іншими особами; не є описовим при використанні щодо заявленого переліку товарів 20 класу МКТП та чітко асоціюється з апелянтом.

Дослідивши матеріали заперечення, колегія Апеляційної палати дійшла висновку про наявність підстав для задоволення заперечення ТОВ «Інтерфом-Консалтинг» проти рішення від 29.11.2024 про відмову в реєстрації торговельної марки «NOBLE» за заявкою m 2023 05675.

За результатами розгляду заперечення, керуючись Законом України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», Регламентом Апеляційної палати Національного органу інтелектуальної власності, затвердженим наказом Міністерства економіки України від 23.11.2023 № 17768, зареєстрованим в Міністерстві юстиції України 04.01.2024 за № 21/41366, колегія Апеляційної палати

в и р і ш и л а:

1. Заперечення ТОВ «Інтерформ-Консалтінг» задовольнити повністю.
2. Рішення УКРНОІВІ від 29.11.2024 про відмову у реєстрації словесної торговельної марки «NOBLE» за заявкою № m 2023 05675 скасувати.
3. Зареєструвати, за умови сплати збору за публікацію відомостей про видачу свідоцтва та державного мита за видачу свідоцтва України, торговельну марку «NOBLE» за заявкою № m 2023 05675 відносно заявленого переліку товарів 20 класу МКТП.

Рішення набирає чинності з дати його затвердження наказом Державної організації «Український національний офіс інтелектуальної власності та інновацій». Збір, сплачений за подання заперечення, підлягає поверненню в порядку, встановленому законодавством.

Головуючий колегії В. Л. Грищенко
Члени колегії Т. М. Бабенко
І.А. Костенко

44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/133-26 від
30.10.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Грищенко В. Л. 30.10.2026 11:51
04AF212836405D990400
000082493D00728EED00

44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/133-26 від
30.10.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Бабенко Т. М. 30.10.2026 11:42
04AF212836405D990400
0000DE493D003690ED00

44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/133-26 від
30.10.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Костенко І. А. 30.10.2026 11:39
3C080BB109AB25980400
00009D673A004846F700