

Додаток до наказу  
Державного підприємства  
«Український інститут  
інтелектуальної власності»  
09.05.2022 № 67-Н/2022

НАЦІОНАЛЬНИЙ ОРГАН ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ  
ДЕРЖАВНЕ ПІДПРИЄМСТВО  
«УКРАЇНСЬКИЙ ІНСТИТУТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ»  
(УКРПАТЕНТ)

АПЕЛЯЦІЙНА ПАЛАТА

вул. Глазунова, буд. 1, м. Київ, 01601, тел.: (044) 494-05-05, факс: (044) 494-05-06  
E-mail: office@ukrpatent.org, сайт: www.ukrpatent.org, код згідно з ЄДРПОУ 31032378

**Р І Ш Е Н Н Я**

19 листопада 2021 року

Колегія Апеляційної палати Державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності», затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Василенко М.О. від 26.10.2021 № Вн-182-Р/2021 у складі головуючої Цибенко Л.А. та членів колегії Шатової І.О., Гостевої А.І. за участю секретаря апеляційного засідання Гостевої А.І., розглянула заперечення Салая Владислава Вікторовича проти рішення Державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності» (далі – Укрпатент) від 01.07.2021 про державну реєстрацію торговельної марки «ТА САМА cosmetics» відносно частини товарів і послуг за заявкою № т 2020 21558 (заявник – Форостяна К.О.).

Представники апелянта – Михайлюк Г.В.

Представник заявника – Костенко І.А.

Представник Укрпатенту – Пугачова І.П.

Заперечення апелянта – Салая Владислава Вікторовича 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, надісланого такій особі відповідно до абзацу четвертого пункту 15 статті 10 цього Закону.

Апелянт не погоджується з рішенням Укрпатенту про державну реєстрацію торговельної марки «ТА SAMA cosmetics» за заявкою № т 2020 21558 та наводить наступні доводи проти реєстрації заявленого позначення.

Апелянт вважає, що заявлене позначення відносно заявлених товарів 03 класу та послуг 35 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП) не відповідає умовам надання правової охорони оскільки:

- може ввести в оману щодо особи, яка виробляє товар або надає послугу (на підставі абзацу шостого пункту 2 статті 6 Закону), а також
- є тотожним або схожим настільки, що його можна сплутати з торговельними марками, раніше зареєстрованими на ім'я інших осіб (на підставі абзацу другого пункту 3 статті 6 Закону).

Апелянт – Салай Владислав Вікторович є засновником та учасником ТОВ Фірма «СВ» – одного з провідних виробників побутової хімії в Україні, заснованого в 1998 році. Основною торговельною маркою, права на яку належать апелянту та під якою продукція ТОВ Фірма «СВ» широко представлена на ринку України, є позначення «SAMA/CAMA», яке вперше було зареєстровано в 2007 році.

Апелянт зазначає про те, що він є власником серії торговельних марок, зареєстрованих відносно товарів 03 класу МКТП:

**SAMA** (свідоцтво України № 107474 від 25.05.2009);

**SAMA+**  
*professional* (свідоцтво України № 218414 від 25.10.2016);

**САМА-Я** (свідоцтво України № 218415 від 25.10.2016),

а також торговельної марки **САМА** (свідоцтво України № 72535 від 15.02.2007), зареєстрованої відносно товарів 03 та послуг 35 класу МКТП.

Вищезазначені торговельні марки активно використовуються апелянтом для широкого асортименту продукції, віднесеної до 03 класу МКТП, включаючи косметичні засоби, та її просування, зокрема, в мережі Інтернет.

Апелянт зазначає, що його продукція неодноразово здобувала нагороди на національних і міжнародних виставках, присутня практично в усіх торговельних мережах, представлена на торговельних майданчиках в мережі Інтернет, зокрема, на найпопулярніших вебсайтах з продажу косметики <https://parfums.ua> та <https://makeup.com.ua>.

Косметичні товари під торговельною маркою «SAMA» (зокрема, шампуні, рідке мило, рідина для зняття манікюрного лаку, серветки, просочені косметичними лосьйонами) випускаються компанією апелянта з 2005 року.

З огляду на зазначене, апелянт вважає, що його продукція є широко відомою українським споживачам і у разі використання позначень, схожих з торговельною маркою «SAMA», для індивідуалізації косметичних товарів і послуг з їх просування та продажу, існує висока імовірність того, що споживачі будуть сприймати їх як продовження добре відомої для них серії торговельних марок апелянта, що не відповідає дійсності і може призвести до введення в оману стосовно виробника товарів та особи, яка надає послуги.

Апелянт провів порівняльний аналіз заявленого позначення «ТА SAMA» та зареєстрованих торговельних марок «САМА», «SAMA», «SAMA+professional», «САМАЯ-Я» за звуковою (фонетичною), графічною (візуальною) та смисловою (семантичною) ознаками та вважає, що вони є схожими настільки, що можуть бути сплутані споживачами.

Також апелянт зазначає, що проаналізував перелік товарів 03 класу МКТП заявленого позначення та раніше зареєстрованих торговельних марок і вважає, що ці товари є однорідними. Послуги 35 класу МКТП заявленого позначення є однорідними з послугами 35 класу МКТП торговельної марки за свідоцтвом № 72535.

В обґрунтування своїх доводів апелянтом надані такі документи:

роздруківки з вебсайту <http://svopter.com.ua/> з інформацією щодо діяльності ТОВ Фірма «СВ»;

роздруківки з вебсайтів <https://epicentrk.ua>, <https://rozetka.com.ua>, <https://parfums.ua>, <https://makeup.com.ua> з інформацією щодо продажу продукції під торговельною маркою «SAMA».

Ураховуючи наведене, апелянт просить задовольнити заперечення, скасувати рішення Укрпатенту від 01.07.2021 про державну реєстрацію торговельної марки «ТА SAMA cosmetics» за заявкою № m 2020 21558 відносно частини товарів і послуг.

В обґрунтування своєї позиції представник Укрпатенту – експерт, який підготував висновок експертизи про відповідність позначення за заявкою № m 2020 21558 умовам надання правової охорони відносно частини товарів і послуг, зазначив, що кваліфікаційна експертиза заявленого позначення проводилась відповідно до пункту 1 статті 5, пунктів 1-4 статті 6 Закону з урахуванням пункту 4.3 Правил складання, подання та розгляду заявки

на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг, у редакції, затвердженій наказом Державного патентного відомства України від 20.09.1997 № 72, зі змінами (далі – Правила).

23.12.2020 було отримано мотивоване заперечення № V122451893UA від 22.10.2020 проти вищезазначеної заявки щодо невідповідності наведеного в ній позначення умовам надання правової охорони.

Представник Укрпатенту також зазначив, що заявнику було надіслано повідомлення від 31.05.2021 № 69352/ЗМ/21 про можливу відмову в реєстрації заявленого позначення та 23.06.2021 одержано мотивовану відповідь з доводами на користь реєстрації торговельної марки та скорочений перелік заявлених товарів 03 та послуг 35 класів МКТП.

Під час підготовки висновку експертизи за заявкою № m 2020 21558 наведені у відповіді заявника доводи експертом проаналізовані та визнані обґрунтованими, оскільки надані матеріали містять відомості щодо використання заявленого позначення та набуття ним розрізняльної здатності щодо скороченого переліку товарів 03 та послуг 35 класів МКТП.

За результатами проведення експертизи, з урахуванням мотивованого заперечення Салая В.В. проти надання правової охорони заявленому позначенню, експерт дійшов висновку про те, що заявлене за заявкою № m 2020 21558 позначення «TA SAMA cosmetics» відповідає умовам надання правової охорони відносно частини товарів і послуг, а саме:

03 клас МКТП: косметика; косметика для брів; косметичні маски; косметичні препарати для догляду за шкірою; креми косметичні; набори косметики; олії на косметичні потреби; препарати для макіяжу; препарати з алое вера на косметичні потреби; пудра для макіяжу; фітокосметичні препарати;

35 клас МКТП: демонстрування товарів; надавання онлайн-торговельних майданчиків для покупців та продавців товарів і послуг; представлення товарів на засобах інформування з метою роздрібного продажу; рекламування через комп'ютерну мережу в режимі онлайн; розповсюдження зразків; розповсюдження рекламних матеріалів; розробляння рекламних концепцій; сприяння продажам для інших – всі вищезазначені послуги, які пов'язані з введенням в цивільний оборот товарів 03 класу, а саме косметики.

Заявник – Форостяна К.О. не погоджується з доводами апелянта та зазначає наступне.

За результатами порівняльного аналізу заявленого за заявкою № m 2020 21558 позначення та торговельних марок апелянта заявник вважає, що вони не є схожими настільки, що їх можна сплутати, оскільки відрізняються за фонетичною, семантичною та візуальною ознаками.

Графічно заявлене позначення та торговельні марки апелянта виконані різними шрифтами з додаванням різних графічних та словесних елементів. За фонетичною ознакою порівнювані позначення відрізняються звучанням, складом літер і слів.

Заявлене позначення має семантичне значення в сенсі «та сама, саме ця, а не інша». Семантика торговельних марок апелянта інша і в даному контексті означає «зроблю САМА, Я САМА, Я САМА професіонал, ніхто інший, це не зробить».

Заявник зазначає про те, що активно використовує заявлене позначення відносно заявленого переліку товарів 03 класу та послуг 35 класу МКТП. Він займається виробництвом натуральної косметики та здійснює свою діяльність через сайт [tasama.com.ua](http://tasama.com.ua). В асортименті представлені: натуральне мило, тверді шампуні, мінеральні пудри, креми, сироватки, маски, убтани, гідрофільна олія та ін. Заявник вказує на те, що у складі продукції використовує багато натуральної сировини та щадні консервативні системи, тому вся продукція має строк придатності від 4 до 12 місяців. Товари під заявленим позначенням пропонуються до продажу на сторінках популярних магазинів, таких як Rozetka, Crafta, Pinterest, Rosuron. Також заявник популяризує заявлене позначення у соціальних мережах Instagram і Facebook.

На підставі вказаного заявник вважає, що заявлене позначення набуло розрізняльної здатності і стало відомим серед споживачів та ідентифікується як позначення для товарів і послуг, що пов'язані з натуральною косметикою.

Заявник стверджує, що можливості введення споживача в оману щодо особи, яка виробляє товар, не існує, оскільки він випускає косметичну продукцію власного виробництва лише з натуральних інгредієнтів. Така продукція має особливі умови зберігання. Натомість апелянт є виробником побутової хімії, а з косметики випускає лише шампунь і рідину для зняття лаку, при цьому шампунь маркує позначенням «Фіто Бум, шампунь кропива».

В обґрунтування своїх доводів заявником надані такі документи:  
роздруківки з сайту апелянта <http://www.sama.ua>;  
роздруківка каталогу товарів з сайту заявника <https://tasama.com.ua>;  
роздруківки каталогу товарів заявника з вебсторінок у соціальних мережах Instagram і Facebook;

роздруківки каталогу товарів заявника з вебсайту Rozetka.

Ураховуючи наведене, заявник просить відмовити у задоволенні заперечення та залишити чинним рішення Укрпатенту від 01.07.2021 про державну реєстрацію торговельної марки «ТА САМА cosmetics» відносно частини товарів і послуг за заявкою № m 2020 21558.

У пункті 1 глави 3 розділу II Регламенту Апеляційної палати Національного органу інтелектуальної власності, затвердженого наказом Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України від 02.03.2021 № 433 (далі – Регламент), зазначено, що розгляд заперечення по суті передбачає встановлення наявності або відсутності підстав для скасування рішення Укрпатенту 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 20 і 21 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 (№ Вх-41875/2021 від 20.10.2021), копіях матеріалів заявки № m 2020 21558, відзиві на заперечення (№ Вх-45863/2021 від 15.11.2021), та встановила наступне.

**ТА САМА**  
cosmetics

Заявлене позначення виконане стандартним шрифтом заголовними та маленькими літерами латиниці. Словесний елемент «ТА САМА» підкреслений прямою лінією, під ним розташований словесний елемент «cosmetics». Заявлене позначення подано на реєстрацію відносно товарів 03 та послуг 35 класів МКТП.

Торговельна марка **САМА** за свідоцтвом № 72535 – словесна, виконана стандартним шрифтом заголовними літерами кирилиці червоного кольору, зареєстрована відносно товарів 03 класу МКТП.

Торговельна марка **САМА** за свідоцтвом № 107474 – словесна, виконана стандартним шрифтом заголовними літерами латиниці червоного кольору, зареєстрована відносно товарів 03 класу МКТП.

**SAMA+**

Торговельна марка *professional* за свідоцтвом № 218414 – словесна, виконана стандартним шрифтом заголовними та маленькими літерами латиниці червоного кольору, зареєстрована відносно товарів 03 класу МКТП.

Торговельна марка **САМА-Я** за свідоцтвом № 218415 – словесна, виконана стандартним шрифтом, заголовними літерами латиниці червоного кольору, зареєстрована відносно товарів 03 класу та послуг 35 класу МКТП.

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

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

Згідно з пунктом 4.3.2.4 Правил при перевірці позначень на тотожність і схожість встановлюється ступінь їх схожості, однорідність товарів і послуг, для яких заявлені знаки. При цьому, 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.

Відповідно до пункту 4.3.2.6 Правил при встановленні схожості словесних позначень враховується звукова (фонетична), графічна (візуальна) та смислова (семантична) схожість.

При оцінці схожості 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.

Колегія Апеляційної палати провела порівняльний аналіз заявленого позначення та торговельних марок апелянта і зазначає наступне.

Звукова (фонетична) схожість заявленого позначення «ТА SAMA cosmetics» та протиставлених торговельних марок «САМА», «SAMA», «SAMA+professional», «САМАЯ-Я» обумовлюється тотожністю звучання спільної словесної частини порівнюваних позначень – «SAMA» і «САМА». Розбіжність звучання полягає в інших словесних елементах у заявленому

позначенні та протиставлених торговельних марках за свідоцтвами № 218414 та № 218415.

Щодо візуальної (графічної) схожості колегія Апеляційної палати зазначає, що заявлене позначення схоже з торговельними марками «SAMA», «SAMA+professional» видом шрифту (стандартний), алфавітом (латиниця), графічним відтворенням літер з урахуванням характеру літер (заголовні), а відрізняється кольором і виконанням словесного елементу «professional» (курсив). Торговельні марки «САМА» і «САМАЯ-Я» відрізняються від заявленого позначення видом шрифту, алфавітом і кольором.

Під семантичною схожістю розуміється подібність покладених у порівнювані позначення понять, ідей, тобто подібність смислового значення позначень.

Для встановлення чи мають порівнювальні позначення семантичну схожість колегія Апеляційної палати звернулася до інформаційно-довідкових джерел.

Словесний елемент «ТА САМА» є транслітерацією літерами латиниці словосполучення «та сама».

Відповідно до онлайн академічного словника української мови:<sup>1</sup>

«Самий, а, е, *займ. означ.* 1. Уживається після вказівних займенників той, та, те, ті, цей, ця, це, ці, такий, така, таке, такі та ін., підкреслюючи: а) тотожність із ким-, чим-небудь або подібність до когось, чогось».

Відповідно до онлайн словника Abby Lingvo Live<sup>2</sup> «cosmetics» має такий переклад на українську мову – 1) п. косметичний засіб; 2) рl. косметика.

Семантично заявлене позначення може трактуватися як та сама косметика, саме ця косметика, саме така косметика. Словесні елементи «SAMA» і «САМА» протиставлених торговельних марок не містять у собі конкретного смислового значення, тобто є фантазійними.

Колегія Апеляційної палати вважає, що заявлене позначення і протиставлені торговельні марки за семантичною ознакою мають певну схожість через наявність словесних елементів «SAMA» і «САМА».

За результатами порівняльного аналізу колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що за ознаками схожості заявлене позначення не схоже з протиставленими торговельними марками, оскільки не асоціюється з ними в цілому.

<sup>1</sup> <http://sum.in.ua/s/samyj>

<sup>2</sup> <http://www.lingvolive.com/ru-ru/translate/en-uk/cosmetics>



Відповідно до абзацу шостого пункту 2 статті 6 Закону не можуть одержати правову охорону позначення, які можуть ввести в оману щодо особи, яка виробляє товар або надає послугу.

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

Позначення може бути визнане оманливим або таким, що здатне вводити в оману, коли є очевидним, що воно в процесі використання як знака не виключає небезпеку введення в оману споживача.

«Омана, и, жін. – Хибне сприйняття дійсності, зумовлене неправильним, викривленим відображенням її органами чуття; уявний образ чого-небудь, що помилково сприймається як дійсний»<sup>3</sup>.

Позначення може ввести в оману щодо товару, послуги або особи, яка виробляє товар або надає послугу, якщо воно, зокрема, породжує у свідомості споживача невідповідну дійсності уяву про виробника, якість, властивості, місце походження товару.

Можливість введення в оману споживача щодо особи, яка надає послугу, може також виникати у випадку існування на ринку споріднених послуг, маркованих позначеннями, схожими настільки, що їх можна сплутати. При цьому, поява на ринку України послуг суб'єкта, що використовує ідентичні чи схожі позначення (незалежно від того, зареєстровані вони чи ні), викликатиме високу вірогідність того, що споживач сприймає пропозицію про послуги останнього як наслідок розширення, розвитку вже знайомого йому підприємства, що й вводитиме в оману споживача.

Для з'ясування того, чи є заявлене позначення «ТА САМА cosmetics» таким, що може ввести в оману споживачів щодо товарів і послуг (належності їх іншому надавачу) при його використанні для скороченого переліку товарів 03 класу та послуг 35 класу МКТП, колегія Апеляційної палати звернулась до доступних інформаційно-довідкових джерел та відомостей, наявних у мережі Інтернет, та зазначає наступне.

При пошуковому запиті за словами «ТА САМА cosmetics» на перших вебсторінках мережі Інтернет наявні посилання на власний сайт заявника <https://tasama.com.ua>, інтернет-магазин [Rozetka.ua](https://rozetka.ua), маркет плейс [crafta.ua](https://crafta.ua)

<sup>3</sup> <http://ukrlit.org/slovnky>

(онлайн-платформа для продажу авторських виробів та предметів колекціонування)<sup>4</sup>, сторінки в соціальних мережах Facebook та Instagram, на яких пропонується до продажу продукція заявника.

Колегія Апеляційної палати проаналізувала інформацію, розміщену на вебсайті <https://tasama.com.ua>, та зазначає наступне.

У розділі вебсайту <https://tasama.com.ua> «Про нас» розміщена наступна інформація: «ТА SAMA – українська компанія, яка займається виробництвом індивідуальної косметики. Поєднання натуральних інгредієнтів і сучасних активних компонентів і розробок дає можливість отримати професійну косметику, яка дійсно працює. Кожен замовлений засіб буде виготовлений індивідуально, адже мета компанії – вирішувати конкретні проблеми клієнтів. ТА SAMA – ваша ексклюзивна косметика, яка працює на результат. ТА SAMA уміє слухати і чути своїх клієнтів. Український бренд робить косметику ексклюзивно для кожного покупця, а це означає, що ви отримуєте свіжий і якісний продукт, виготовлений саме для вас, на відміну від масової продукції. На відміну від популярних брендів мас-маркету, ТА SAMA робить акцент на персональний підхід до кожного клієнта. Кожен з нас – унікальний, а значить і підхід має бути особливим. Також ваше замовлення може бути виконане в терміновому порядку незалежно від завантаженості виробництва, при послугі VIP- замовлення. Продукція має відносно недовгі терміни придатності, оскільки бренд використовує щадні консервативні системи у невеликому дозуванні. Детальніша інформація про терміни зберігання вказана на пакуванні засобів»<sup>5</sup>.

На вебсайті заявника пропонуються до продажу: засоби по догляду за волоссям (тверді шампуні для всіх типів волосся); мінеральна косметика (мінеральні пудри, праймери, консилери, бронзери); засоби для догляду за тілом (натуральне мило, олія для тіла, твердий шампунь та ін.); засоби догляду за шкірою обличчя (сироватки, маски, тоніки, очищуючі засоби і креми).

Проаналізувавши відомості з вебсайту заявника та наданих заявником матеріалів, колегія Апеляційної палати констатує, що заявник використовує заявлене позначення «ТА SAMA cosmetics» виключно для виробництва натуральної косметики, яка пропонується до продажу лише через власний сайт та інтернет-магазини. Продукція підбирається індивідуально та має короткий термін зберігання.

---

<sup>4</sup> <https://tasama.crafta.ua/>

<sup>5</sup> [https://tasama.com.ua/?page\\_id=348](https://tasama.com.ua/?page_id=348)

У той же час, апелянт Салай В.В. як власник протиставлених торговельних марок, є одним із засновників ТОВ Фірма «СВ». За інформацією, наведеною на сайті <http://svopter.com.ua/>: «Компанія «СВ» провідний виробник побутової хімії в Україні, була заснована в 1998 році. За минулі роки різноманітна продукція, вироблена під нашими торговими марками: «САМА®», «SAMA®», «E'Va®», «Сантри®», «Економ», «Флорика®», «ФитоБум®», заслужила щирю любов споживачів і високі оцінки фахівців. У 2009 році наша Компанія була удостоєна високого звання «Лідер Галузі» у виробництві мила та миючих засобів, засобів для чищення та полірування, а торгова марка «САМА®» була відзначена Золотою медаллю «Знак якості» в рамках Міжнародної Програми Захисту Прав Споживачів, неодноразово впродовж 2009-2013 рр. Продукція Компанії «СВ» була переможцем всеукраїнського конкурсу якості продукції «100 кращих товарів року України». «Виробнича база виробника побутової хімії ТОВ Фірма «СВ» складається з шести основних виробничих ділянок: виготовлення полімерної тари; приготування миючих засобів; приготування сухих засобів для чищення та підбілювачів; фасування нейтральних миючих засобів; фасування активних миючих засобів; фасування сухих засобів для чищення та підбілювачів»<sup>6</sup>.

Відповідно до інформації, що представлена на сайті <http://svopter.com.ua/>, із косметики та засобів гігієни апелянт виробляє рідину для зняття лаку під торговельною маркою «Флорика», рідке мило під торговельними марками «E'VAsv», «Jam», «Economy Line», шампунь під торговельною маркою «ФІТОБУМ» та вологі серветки «САМА».

Основним асортиментом продукції, яка представлена на сайті <http://svopter.com.ua/> під торговельною маркою **SAMA** є побутова хімія, а саме: пральні порошки, засоби для прання рідкі, кондиціонери для білизни, підбілювачі, засоби для догляду за домом, плямовивідники, відбілювачі рідкі, підбілювачі сухі, універсальні чистящі засоби рідкі, засоби для прочищення зливних труб, засоби для миття посуду, засоби для миття скла, господарське мило.

З наведеної інформації вбачається, що продукція побутової хімії апелянта достатньо широко представлена на ринку України і реалізується через інтернет-магазини та великі торговельні мережі, зокрема: Епіцентр, Ашан, Novus. На думку колегії Апеляційної палати, наведена інформація свідчить про набуття апелянтом певної репутації як виробника побутової хімії під торговельною маркою «САМА».

<sup>6</sup> <http://svopter.com.ua/ua/golovna.html>

Як випливає з наведеного вище, заявник і апелянт займаються різними видами діяльності, виробництвом товарів різного сегменту, які не є пов'язаними між собою таким чином, щоб використання заявленого позначення і протиставлених торговельних марок відносно них вочевидь привело б до їх сплутування споживачами.

Дослідивши матеріали апеляційної справи у межах мотивів заперечення, колегія Апеляційної палати дійшла висновку про відсутність підстав для скасування рішення Укрпатенту щодо заявки № m 2020 21558.

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 розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України від 02.03.2021 № 433, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 07.05.2021 за № 610/36232, колегія Апеляційної палати

**в и р і ш и л а :**

1. Відмовити Салаю Владиславу Вікторовичу у задоволенні заперечення.

2. Рішення Укрпатенту від 01.07.2021 про державну реєстрацію торговельної марки «TA SAMA cosmetics» відносно частини товарів і послуг за заявкою № m 2020 21558 залишити чинним.

Рішення набирає чинності з дати його затвердження наказом Державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності». Затвержене рішення може бути оскаржено у судовому порядку протягом двох місяців від дати його одержання.

Головуюча колегії

Л. А. Цибенко

Члени колегії

І. О. Шатова

А. І. Гостева