

**ДЕРЖАВНА СЛУЖБА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ УКРАЇНИ**  
**АПЕЛЯЦІЙНА ПАЛАТА**

вул. Василя Липківського, 45, м. Київ-35, 03680, МСП, Україна  
Тел.: (044) 494 06 06      Факс: (044) 494 06 67

**Р І Ш Е Н Н Я**

9 вересня 2016 року

Колегія Апеляційної палати Державної служби інтелектуальної власності України, затверджена розпорядженням заступника голови Апеляційної палати Василенко І.Е. від 20.07.2015 № 63 у складі головуючого Цибенко Л.А. та членів колегії Запорожець Л.Г., Ресенчука В.М., розглянула заперечення Гетуна В.В. проти рішення Державної служби інтелектуальної власності України (далі – ДСІВ) від 18.05.2015 про реєстрацію знака “BIOPELL” за заявкою № т 2015 00464 відносно частини товарів і послуг.

Представники апелянта – Сероштан А.О., Крещенко О.В.;  
представник Державного підприємства “Український інститут інтелектуальної власності” (далі – Укрпатент) – Толстова Л.П.

При розгляді заперечення до уваги були взяті такі документи:

- заперечення вх. № 10188 від 16.07.2015;
- копії матеріалів заявки № т 2015 00464;
- клопотання вх. № 16090 від 02.11.2015, вх. № 5246 від 07.04.2016, вх. № 5414 від 11.04.2016, вх. № 8621 від 31.05.2016.

Аргументація сторін

На підставі висновку закладу експертизи 18.05.2015 ДСІВ прийнято рішення про реєстрацію знака “BIOPELL” за заявкою № т 2015 00464 відносно частини товарів і послуг на тій підставі, що заявлене словесне позначення для частини товарів 11 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг (далі – МКТП) а саме: *“устаткування для нагрівання; акваріумні нагрівачі; акумулятори тепла; арматура металева до печей; ацетиленові пальники; бензинові пальники; пральні котли; випалювальні печі; сушильні печі; газові запальники; газові котли; газові пальники; горна; печі; топки; грубки; димоходи; жарильні; жарильні для солоду; жарильні пристрої (решітки) (кухонні); жарильні рожни; жарові труби опалювальних котлів; живильники до опалювальних котлів; завантажувальне устаткування до печей; занурні нагрівачі; запальники; затулки димоходів; зволожувачі радіаторів центрального опалювання; змійовики нагрівального устаткування; зольники до печей; каганці; камені з вулканічної лави до жарильних сіток чи мангалів; каналні печі; киснево-водневі пальники; клапани повітряні до парового опалювального устаткування; колосники (колосникові решітки) до печей; коминки хатні; кухонні печі; нагрівальні елементи; нагрівальні пластини; нагрівачі повітря; накривки до радіаторів; насадки до газових пальників; нитки електронагрівачів; обігрівальні плити; обігрівачі (опалювальні апарати);*

*опалювальне устаткування; опалювальне устаткування (водяне); опалювальне устаткування до транспортних засобів; опалювальні апарати (калорифери); опалювальні апарати електричні; опалювальні апарати на твердому, рідкому або газовому паливі; опалювальні котли; опори до випалювальних печей; охолоджувачі (охолоджувальні баки) для печей; паливоощадники; пальники; пальники для нищення бактерій; пальники до ламп; пальники рідкого палива; парові котли, крім деталей машин; печі, крім лабораторних; радіатори (обігрівальні); радіатори електричні; радіатори центрального опалювання; регенератори тепла; регулятори тяги (опалювання); розжарювальні пальники; розширні посудини до устаткування центрального опалювання; сонячні печі; сонячні термальні колектори (нагрівання); спиртові пальники; теплові насоси (помпи); термостатичні клапани (частини теплового устаткування); тертьові запальники до газу; труби опалювальних котлів; фасонне футеровання до печей; шамотове футеровання до печей”, зазначених у наведеному в матеріалах заявки переліку, є таким, що може ввести в оману щодо товару (належність його іншому виробнику).*

“Знак “BIOPELL” являється одним из основных брендов для пеллетных котлов чешской компании “OPOP spol s.r.o.”, которая занимается уже более 60 лет производством твердотопливных котлов. Компания является лидером на рынке всех видов твердотопливных котлов: классических твердотопливных котлов, пиролизных котлов и, все более набирающих популярность и востребованность, пеллетных котлов.

Новые высокоэффективные котлы на пеллетах (древесных топливных гранулах) серии BIOPEL предназначены для сжигания древесных пеллет диаметром 6 - 8 мм. В модельном ряду OPOP BIOPEL представлены мощности от 10 до 40 кВт, что позволяет использовать их как в небольших загородных домах, дачах, так и на достаточно крупных коммерческих или промышленных объектах (склады, офисы, торговые павильоны, цеха и т.п.). В новой разработке чешских инженеров воплощены все лучшие достижения в сфере пеллетного оборудования: авторозжиг, 3-х ходовой вертикальный теплообменник, турбулизаторы дымовых газов, цифровая погодозависимая автоматика, удаленное управление через интернет или GSM, системы самоочистки горелки и теплообменника, система автоматического золоудаления.

Компания “OPOP spol s.r.o.” экспортирует более 60 % производимой продукции. Отопительная техника компании вывозится в более чем 25 стран мира, в том числе и в Украину. Модели отопительных котлов отвечают самым высоким требованиям Европейского союза. Подходят и для украинских условий эксплуатации”.

Вищезазначені товари, марковані заявленим позначенням, можуть породжувати у свідомості споживачів асоціації, пов'язані з певним виробником товарів, а саме чеською компанією “OPOP spol s.r.o.”, які насправді не відповідають дійсності.

Підстави для висновку:

Закон України “Про охорону прав на знаки для товарів і послуг” (далі – Закон) (пункт 2 статті 6);

<http://www.stroimdom.com.ua/catalog/item/27615/>;

[http://www.termonet.ru/shop/kotelnoe-oborudovanie/group\\_970/group\\_1495/](http://www.termonet.ru/shop/kotelnoe-oborudovanie/group_970/group_1495/);

<http://opop-servis.com.ua/automaticpelletsboiler/-biopel-bs-10-40-.html>;

<http://www.opop.in/ua/>.

Апелянт – Гетун Володимир Володимирович заперечує проти рішення ДСІВ від 18.05.2015 про реєстрацію знака “BIOPELL” за заявкою № т 2015 00464 відносно частини товарів і послуг, оскільки, на його думку, заявлене позначення не може ввести в оману щодо товару і обґрунтовує це наступним.

Заявлене позначення “BIOPELL” не є описовим, оскільки не вказує на характеристики товару, перелічені в пункті 4.3.1.7 Правил складання, подання та розгляду заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг (далі – Правила). Отже, потенційний споживач не може сприйняти, що позначення або його елементи є такими, що описують товар оманливо.

Позначення не містить вказівки ані на географічну назву, ані зображення відомого місця, ані відомих архітектурних об’єктів, ані зображення людини у національному костюмі певної країни, тому неможливо прослідкувати зв’язок між позначенням та місцезнаходженням виробника товарів.

Знак не містить посилання на виготовлення товарів у Чехії компанією “ОРОР spol s.r.o.”.

Таким чином, саме по собі позначення “BIOPELL” не є описовим щодо властивостей або інших якісних характеристик заявлених товарів, географічного походження товарів, через що він не може асоціативно породжувати у свідомості споживача помилкову, неправильну думку щодо товарів (не є оманливим), а тому відсутні причини для відмови в реєстрації знака щодо усього переліку товарів 11 класу МКТП, наведеного у матеріалах заявки.

Оскільки позначення “BIOPELL” не є тотожним або схожим із раніше зареєстрованими чи заявленими на реєстрацію в Україні знаками, не схоже на визнані добре відомі позначення, не схоже на відомі в Україні фірмові найменування, що належать іншим особам, не схоже на кваліфікаційне зазначення походження товару або на знаки відповідності, відсутні причини для відмови у реєстрації знака щодо усього переліку товарів 11 класу МКТП, наведеного у матеріалах заявки.

Експертиза у своєму повідомленні спирається на інформацію, знайдену в мережі Інтернет, і робить висновок, що товари, марковані заявленим позначенням, можуть породжувати асоціації, пов’язані з чеською компанією “ОРОР spoí s.r.o.”.

На сайтах <http://www.stroimdom.com.ua/catalog/item/27615/> та <http://www.opop.in/ua/> ніякої інформації про серію товарів із назвою “Biopel” не розміщено, а наявна інформація лише про компанію “ОРОР”.

На сайтах: [http://www.termonet.ru/shop/kotelnoe-oborudovanie/group\\_970/group\\_1495/](http://www.termonet.ru/shop/kotelnoe-oborudovanie/group_970/group_1495/) та <http://opop-servis.com.ua/automaticpelletsboiler/-biopel-bs-10-40-.html> позначення “Biopel” згадується лише як назва серії товару виробника - компанії “ОРОР spol s.r.o.”.

На думку апелянта, при вживанні назви серії “Biopel” у споживача не може виникнути асоціація із компанією-виробником “ОРОР spol s.r.o.”. Споживач буде ідентифікувати товар, перш за все, за допомогою відомої йому торгівельної марки.

У переліку об’єктів права інтелектуальної власності, включених до митного реєстру станом на 01.07.2015 відсутня інформація про виробника “ОРОР spol s.r.o.”, а також власне позначення “Biopel”.

Апелянт стверджує, що здійснив значну і серйозну підготовку для використання цього знака, а саме: ним створено веб-сайт <http://biopell.com.ua>, розроблено серії товарів, які відрізняються технічними та естетичними властивостями, випущено інформаційно-рекламні брошури.

Апелянт звертає увагу на те, що заявлене позначення використовується не тільки заявником, а й компанією ТОВ “БІОПЕЛЛ”, одним із засновників якої є апелянт.

Ураховуючи наведене, апелянт просить відмінити рішення ДСІВ від 18.05.2015 про реєстрацію знака “BIOPELL” за заявкою № m 2015 00464 відносно частини товарів і послуг та зареєструвати заявлене позначення для всіх товарів 11 класу МКТП.

Колегія Апеляційної палати вивчила і проаналізувала аргументацію сторін, що міститься в матеріалах справи і яку було наведено під час розгляду заперечення в апеляційному засіданні.

Колегія Апеляційної палати перевірила відповідність позначення “BIOPELL” умовам надання правової охорони щодо наявності підстав для відмови, встановлених пунктом 2 статті 6 Закону, з урахуванням пунктів 4.3.1.3 і 4.3.1.9 Правил та інших положень Закону.

Колегія Апеляційної палати зазначає, що статтею 1 Закону встановлено, що знак – це позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб.

Відповідно до пункту 1 статті 5 Закону правова охорона надається знаку, який не суперечить публічному порядку, принципам гуманності і моралі та на який не поширюються підстави для відмови в наданні правової охорони, встановлені цим Законом.

Абзац п’ятий пункту 2 статті 6 Закону визначає, що не можуть одержати правову охорону позначення, які є оманливими або такими, що можуть ввести в оману щодо товару, послуги або особи, яка виробляє товар або надає послугу.

Згідно з підпунктом 4.3.1.3 г) Правил при перевірці позначення, заявленого на реєстрацію як знак, щодо наявності підстав для відмови в наданні правової охорони, відповідно до пункту 2 статті 6 Закону, встановлюється, чи не являються позначення такими, що є оманливими або такими, що можуть ввести в оману щодо товару, послуги або особи, яка виробляє товар або надає послугу.

До таких позначень згідно з пунктом 4.3.1.9 Правил 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. Також у цьому пункті

вказано, що 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.

Великий тлумачний словник сучасної української мови терміни, що використані в Законі, визначає у наступних значеннях:

*“Омана - 1. Уявний образ чого-небудь, що помилково сприймається як дійсний. // Марні надії, сподівання; ілюзії. 2. Стан людини, коли вона помилково сприймає що-небудь уявне за дійсне”.*

*Асоціація – 3. Зв'язок між уявленнями, думками, почуттями, внаслідок якого одне уявлення, почуття і т.ін. викликає інше.*

Тобто, під асоціацією розуміється встановлення, в результаті набутого досвіду, стійкого зв'язку між двома об'єктами, внаслідок чого, при появі одного об'єкта асоціативної пари, забезпечується актуалізація іншого.

Позначення, що може ввести в оману споживача – це позначення, що не містить відомостей, які прямо не відповідають дійсності, проте реально здатне породжувати таку можливість побічно. Такі позначення асоціативно породжують у свідомості споживача помилкову, неправильну думку щодо властивостей або інших якісних характеристик товарів або характеру послуг, географічного походження товарів або послуг, які насправді не відповідають дійсності. Здатність ввести в оману не завжди очевидна, вона має ймовірний характер.

З огляду на зазначене, для встановлення того, чи є заявлене позначення “BIOPELL” таким, що може ввести в оману щодо частини заявлених товарів 11 класу МКТП, необхідно встановити чи може це позначення викликати у потенційного споживача асоціативне уявлення про певну якість, географічне походження відповідних товарів або про певного виробника і чи є таке уявлення правдоподібним.

Для того, щоб визначити, чи є заявлене позначення здатним ввести в оману, доцільно спочатку проаналізувати смислове значення словесного елемента, з якого воно складається.

Колегія Апеляційної палати не виявила визначення поняття “BIOPELL” у доступних довідниково-інформаційних джерелах, у зв'язку з чим приходиться до висновку про його штучне утворення. Є очевидним, що до складу цього позначення входять два англійські слова bio-, яке: “в складних словах имеет значение: жизнь, биология” (Большой англо-русский и русско-английский словарь - [http://dic.academic.ru/contents.nsf/eng\\_rus/](http://dic.academic.ru/contents.nsf/eng_rus/)) та pell – пеллета (Универсальный англо-русский словарь - [http://universal\\_en\\_ru.academic.ru/](http://universal_en_ru.academic.ru/)). Паливні гранули (пелéти, пеллети) - біопаливо, яке отримують із торфу, деревних відходів і відходів сільського господарства або з вугілля ([https://uk.wikipedia.org/wiki/Паливні\\_гранули](https://uk.wikipedia.org/wiki/Паливні_гранули)).

Виходячи з норм Закону (абз. 5 пункту 2 статті 6, абзаців 3 та 5 пункту 5, абз. 2 пункту 7 статті 16, абз. 2 пункту 4 статті 18) та Правил, а також зі змісту визначення “асоціація”, небезпека введення споживача в оману стосовно особи виробника товару або особи, яка надає послуги, що маркуються певним позначенням, тобто небезпека виникнення у споживача під час сприйняття ним такого позначення асоціацій, що не відповідають дійсності, існує у випадку, якщо

таке позначення здатне ввести в оману внаслідок того, що воно може асоціюватись з іншими виробниками такого самого чи спорідненого товару. Отже, здатність позначення вводити в оману щодо особи виробника товару не залежить від властивостей самого товару, що є характерним при дослідженні оманливості або здатності знака ввести в оману стосовно товару, та не може вважатись винятково такою підставою для визнання знака неохороноздатним, що пов'язана з правами інших осіб.

Згідно з пунктом 9.165 “Основи інтелектуальної власності” – К.: Юридичне видавництво “Ін Юре”, 1999: “Товарний знак є подібним до ступеня змішування з попереднім знаком, якщо він використовується для однорідних товарів і так схожий на попередній знак, що є ймовірність введення споживачів в оману відносно походження товарів”.

У випадку, коли до появи маркованого певним знаком товару на ринку там вже був присутній споріднений товар іншого виробника, маркований схожим знаком, споживачі можуть бути введені в оману стосовно дійсного комерційного походження такого товару. У зв'язку з цим, можливість введення знаком споживачів в оману щодо особи виробника тісно пов'язана зі схожістю позначень різних виробників та спорідненістю товарів, для яких призначено схожі знаки.

Споживач може бутиведений в оману відносно походження товарів, які реалізуються з використанням знаків, оскільки в нього може виникнути помилкове враження про те, що товари насправді різних виробників походять від одного виробника. Тому, можливість введення знаком споживачів в оману щодо особи виробника тісно пов'язана зі схожістю позначень різних виробників, спорідненістю товарів, для яких призначені або використовуються схожі знаки, внаслідок чого між ними та особою, від якої походять марковані такими знаками товари, виникає асоціативний зв'язок.

Для визначення того, чи може позначення “BIOPELL” породжувати у свідомості споживача асоціації, пов'язані з певним виробником, які насправді не відповідають дійсності, колегія Апеляційної палати дослідила наявні в матеріалах справи відомості про позначення, що є схожим із заявленим позначенням, та здійснила їх порівняльний аналіз.

Заявлене на реєстрацію позначення “BIOPELL” є словесним позначенням, що виконане заголовними літерами друкованого шрифту, латиницею.

Позначення “Biopel”, яким маркується продукція чеського виробника, є словесним позначенням, що виконане літерами друкованого шрифту, латиницею. Перша літера - заголовна, інші - рядкові. Воно відрізняється від заявленого позначення відсутністю другої літери L. У рекламних матеріалах це позначення використовується й в інших варіантах: великими літерами, перша і четверта літери заголовні, інші рядкові тощо.

В силу пункту 4.3.2.4 Правил позначення вважається схожим настільки, що його можна сплутати з іншим позначенням, якщо воно асоціюється з ним в цілому, незважаючи на окрему різницю елементів.

Словесні позначення, заявлені як знаки, порівнюються з словесними та комбінованими позначеннями, до композиції яких входять словесні елементи.

При встановленні схожості словесних позначень враховується звукова (фонетична), графічна (візуальна) та смислова (семантична) схожість (пункт 4.3.2.6 Правил).

За результатами порівняльного аналізу колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що ці позначення є схожими за звуковою (фонетичною) та смисловою (семантичною) ознаками.

З метою з'ясування ступеню впливу на споживача необхідно дослідити товари, для яких заявляється позначення та використовується протиставлений знак.

З цією метою колегія Апеляційної палати дослідила інформаційні джерела в мережі Інтернет та виявила наступну інформацію.

На веб-сторінках, вказаних у висновку закладу експертизи та виявлених під час розгляду апеляційної справи, зазначено:

“Котлы ОРОР успешно эксплуатируются на рынке Украины с 2000 года. Компания Чехии производит твердотопливное оборудование уже более 60 лет (<http://www.stroimdom.com.ua/catalog/item/27615/>);

Новые высокоэффективные котлы на пеллетах серии BIOPEL предназначены для сжигания древесных пеллет диаметром 6 – 8 мм. В модельном ряду ОРОР BIOPEL представлены мощности от 10 до 40 кВт, что позволяет использовать их как в небольших загородных домах, дачах, так и на достаточно крупных коммерческих или промышленных объектах (склады, офисы, торговые павильоны, цеха и т.п.)

В новой разработке чешских инженеров воплощены все лучшие достижения в сфере пеллетного оборудования: авторозжиг, 3-х ходовой вертикальный теплообменник, турбулизаторы дымовых газов, цифровая погодозависимая автоматика, удаленное управление через интернет или GSM, системы самоочистки горелки и теплообменника (опция), система автоматического золоудаления (опция). Котлы BIOPEL являются одними из самых экологически чистых и имеют наивысший 5-й класс эмиссии по европейской классификации.

Эксплуатация и обслуживание пеллетных котлов BIOPEL требует минимальных усилий со стороны владельца. Пеллетные котлы ОРОР BIOPEL достигают КПД 92% и отличаются массивной стальной конструкцией с толщиной стенок 5-6 мм.

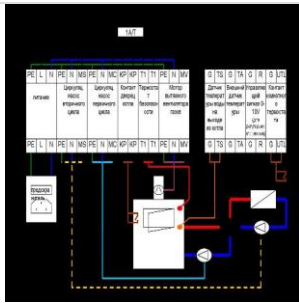
Цена пеллетных котлов ОРОР весьма привлекательна, особенно, если учесть богатую базовую комплектацию, включающую турбулизаторы, цифровую автоматику, интернет-модуль для удаленного управления



([http://www.termonet.ru/shop/kotelnoe-oborudovanie/group\\_970/group\\_1495/](http://www.termonet.ru/shop/kotelnoe-oborudovanie/group_970/group_1495/)).

Моделі опалительных пеллетных котлов ОРОР BioPel (BS) 10, 15, 20, 30, 40 кВт відповідають самим високим вимогам Європейського союзу. Підходять для українських умов експлуатації.

Перевагою пеллетних котлів серії BioPel є те, що - це повністю автоматичні котли, спроектовані для зручного, економічного і екологічного опалення для приватних будинків, офісів, магазинів і об'єктів громадського користування малої і середньої потужності. Котли BioPel дозволяють працювати автономно без присутності оператора. Котли BioPel оснащені системою авторозжигу, автоматичною подачею палива і в повній комплектації можуть чистити себе і видаляти зола з котла в окремий ящик. В той же час котли серії BioPel мають дуже низькі емісії і високі екологічні показники. Серія пеллетних котлів BioPel має опцію віддаленого контролю через інтернет і комнатний термостат.”



(<http://opop-servis.com.ua/automaticpelletsboiler/-biopel-bs-10-40-.htm>)

<http://www.opop.in.ua/> - сайт компанії “ТеплоФормат”, яка займається реалізацією на території України твердопаливних котлів ОРОР, і на якому розміщена реклама цієї продукції.

Крім цього, інформація про продукцію чеської компанії “ОРОР spol s.r.o.” із позначенням BioPel представлена й на інших сайтах у мережі Інтернет, зокрема <http://pelletshome.com.ua/uk/peletni-kotly/659-opop-biopel-woody-ukr.html> (реалізація котлів ОРОР BioPel здійснюється за адресою м. Київ, вул. Большая Окружная, 4, офіс 311 (ТРЦ “Променада парк”, “Ашан”); <http://budeteplo.zakupka.com/products/kotly-na-pelittah-opop-biopel-f18911235> (інтернет-магазин опалительной техники “BudeTeplo.com”) та інших.

Тобто, “BioPel” - це позначення, яке використовується чеською компанією “ОРОР spol s.r.o.” як назва серії котлів на пеллетах, що широко пропонуються до продажу на території України. Позначення “BioPel” проставляється на передній панелі котлів поряд із найменуванням “ОРОР”.

Відповідно до абзаців 1 та 2 пункту 4.3.2.5 Правил при встановленні однорідності товарів або послуг визначається принципова імовірність виникнення у споживача враження про належність їх одній особі, що виготовляє товар або надає послуги. Для встановлення такої однорідності слід враховувати рід



(вид) товарів і послуг; їх призначення; вид матеріалу, з якого товари виготовлені; умови та канали збуту товарів, коло споживачів.

У пункті 9.160 видання “Основи інтелектуальної власності” зауважено про те, що: “Слід брати до уваги всі обставини справи, включаючи характер товарів, мету, задля якої вони використовуються і комерційні канали, через які вони реалізуються на ринку.” Крім того, відповідно до пункту 9.162 цього видання: “Якщо різні товари виготовляються підприємствами одного типу або якщо споживачі очікують, що вони зазвичай виготовляються одним підприємством, вони будуть в основному вважатися такими, мають спільне походження”.

Проаналізувавши товари, заявлені апелянтом, та товари компанії “ОРОР spol s.r.o.” колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що оскільки відповідні товари пов'язанні із устаткуванням для нагрівання, вони є спорідненими.

З огляду на наведене вище, колегія Апеляційної палати вважає, що при використанні заявленого позначення “BIOPELL” для маркування товарів 11 класу МКТП у свідомості споживачів можуть виникнути асоціації, пов'язані з чеською компанією “ОРОР spol s.r.o.”, які насправді не відповідають дійсності, і, таким чином, його використання апелянтом не виключатиме небезпеку введення в оману споживачів.

Таким чином, колегія Апеляційної палати погоджується з висновком закладу експертизи, що заявлене позначення “BIOPEL” є таким, що може ввести в оману щодо товарів (належність іншому виробнику товарів).

У додаткових матеріалах від 23.02.2010 вх. № 2072 апелянт на користь реєстрації заявленого позначення надав довідку Державної фіскальної служби України від 28.10.2015 про відсутність даних про митне оформлення за період 01.01.2010 по 20.01.2015 опалювального устаткування у вигляді котлів під торговельною маркою “Biorel” при ввезенні на митну територію України.

Розглянувши зазначені додаткові матеріали колегія Апеляційної палати зазначає, що “Biorel” є не окремою торговельною маркою, а назвою серії котлів торговельної марки “ОРОР”. Таким чином, зазначена довідка не може вважатися доказом відсутності ввезення на митну територію України опалювального устаткування (котлів) під торговельною маркою “ОРОР” серія “Biorel”.

На користь реєстрації апелянтом представлені також матеріали щодо використання заявленого позначення. Розглянувши ці матеріали колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що вони свідчать про те, що в господарській



діяльності апелянтом використовується переважно позначення , що, на думку колегії Апеляційної палати, має розрізняльну здатність. Знак “BIOPELL” у тому вигляді, в якому він заявляється на реєстрацію, не може виконувати основну функцію знака - відрізнити товари і послуг одних осіб від товарів і послуг інших осіб.

Розглянувши всі обставини справи, колегія Апеляційної палати вважає, що рішення ДСІВ від 18.05.2015 про реєстрацію знака “BIOPELL” за заявкою № m 2015 00464 відносно частини товарів і послуг є обґрунтованим і правомірним.

За результатами розгляду заперечення, керуючись Законом України “Про охорону прав на знаки для товарів і послуг”, Регламентом Апеляційної палати Державної служби інтелектуальної власності, затвердженим наказом Міністерства освіти і науки України від 15.09.2003 № 622, колегія Апеляційної палати

**в и р і ш и л а:**

1. Відмовити Гетуну Володимиру Володимировичу у задоволенні заперечення.

2. Рішення ДСІВ від 18.05.2015 про реєстрацію знака “BIOPELL” за заявкою № т 2015 00464 відносно частини товарів і послуг залишити чинним.

Рішення набирає чинності з дати його затвердження наказом ДСІВ.

Головуючий колегії

Л.А.Цибенко

Члени колегії

Л.Г.Запорожець

В.М.Ресенчук