

Додаток  
до наказу Міністерства розвитку  
економіки, торгівлі та сільського  
господарства України  
11.10.2019 № 199

**МІНІСТЕРСТВО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ І ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ  
(Мінекономрозвитку)**

**АПЕЛЯЦІЙНА ПАЛАТА**

вул. М. Грушевського, 12/2, м. Київ, 01008, тел.. 253-93-94, факс 226-31-81  
Web: [http:// www.me.gov.ua](http://www.me.gov.ua), e-mail: [meconomy@me.gov.ua](mailto:meconomy@me.gov.ua)

**Р І Ш Е Н Н Я**

5 вересня 2019 року

Колегія Апеляційної палати Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Перевезенцева О.Ю. від 18.07.2019 № Р/73-19 у складі головуєчого Терехової Т.В. та членів колегії Василенко М.О., Красовського В.Г. розглянула заперечення Реді О.В. проти рішення Міністерства економічного розвитку і торгівлі України (далі – Мінекономрозвитку) від 22.04.2019 про відмову в реєстрації знака для товарів і послуг «СОСОВАНТ» за заявкою № т 2016 27646.

Представники апелянта – Іщенко К.В., Терещенко М.І.

Представник Державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності» (далі – заклад експертизи) – Іванова Л.В. (надано письмові пояснення).

При розгляді заперечення до уваги були взяті такі документи:

заперечення вх. № ВКО/346-19 від 16.07.2019;

копії матеріалів заявки № т 2016 27646;

письмові пояснення представника закладу експертизи вх. № ВКО/403-19 від 15.08.2019.

Аргументація сторін

На підставі висновку закладу експертизи 22.04.2019 Мінекономрозвитку прийнято рішення про відмову в реєстрації знака для товарів і послуг «СОСОВАНТ» за заявкою № т 2016 27646 на тій підставі, що заявлене словесне позначення:

1) для всіх товарів 25 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП), зазначених у наведеному в матеріалах заявки переліку, може ввести в оману споживачів щодо дійсного виробника товару, тому що до його складу включено зазначення «СОСО».

Слово «СОСО» є жіночим ім'ям французького походження і для заявлених товарів асоціюється із Коко Шанель та Модним домом «Шанель».

«Габрієль Бонер Шанель (фр. Gabrielle Bonheur Chanel, яку прозвали Коко Шанель; 19 серпня 1883 — 10 січня 1971), була провідною французькою кутюр'є, чий модернізм був натхнений чоловічою модою і яку дотримання дорогої простоти у створюваному одязі зробили з неї, можливо, найважливішу фігуру в історії моди ХХ сторіччя. У 1912 році Коко відкрила свій перший дім моди у Довілі. З 1983 року Карл Лагерфельд прийняв керівництво дому моди Шанель і став його головним дизайнером».

Товари, марковані заявленим позначенням можуть породжувати асоціації пов'язані з діяльністю вищезазначеної фірми, що насправді не відповідає дійсності.

2) для всіх товарів 25 класу МКТП, зазначених у наведеному в матеріалах заявки переліку, заявлене словесне позначення є схожим настільки, що його можна сплутати з словесними знаками «СОСО», «СОСООН», «СОСО», «I LOVE СОСО», раніше зареєстрованими в Україні на ім'я фірми Шанель САРЛ (свідоцтво № 111245 від 25.08.2009, заявка № m 2008 03868 від 29.02.2008; свідоцтво № 137100 від 11.04.2011, заявка № m 2009 17279 від 22.12.2009; міжнародна реєстрація № 699469 від 04.08.1998; міжнародна реєстрація № 1349884 від 20.12.2016), щодо споріднених товарів 25 класу МКТП.

Підстава для висновку:

пункти 2, 3 статті 6, пункт 8 статті 10 Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (далі – Закон);

заперечення від 14.09.2017 проти заявки від компанії Шанель САРЛ (Chanel SARL) щодо невідповідності наведеного в ній позначення умовам надання правової охорони;

пункт 4.3.1.9 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);

<https://uk.wikipedia.org/>;

<https://www.google.com.ua/>.

Апелянт – Редя О.В. заперечує проти рішення Мінекономрозвитку про відмову в реєстрації знака для товарів і послуг «СОСОВАНТ» за заявкою № m 2016 27646, оскільки вважає, що воно прийняте без врахування всіх

обставин, які мають значення для справи, та з порушенням норм Закону та Правил.

Апелянт вважає, що заявлене позначення «СОСОВАНТ» відповідає визначенню знака для товарів та послуг, умовам надання правової охорони і не є схожим з протиставленими знаками настільки, що їх можна сплутати, що підтверджується наступними доводами.

Заявлене позначення «СОСОВАНТ» використовується апелянтом з 2015 року для маркування дитячого одягу, зокрема, суконь, які виготовляються в ательє апелянта за індивідуальними замовленнями покупців. Товари пропонуються для продажу через соціальні мережі «Facebook» та «Instagram» та доставляються замовнику поштою. Апелянт співпрацює із організаторами та учасниками презентацій, конкурсів, фотосесій та різноманітних заходів у сфері моди шляхом надання одягу під заявленим позначенням для виступів та зйомок.

Апелянт переконаний, що заявлене позначення стало впізнаваним внаслідок тривалого, інтенсивного, добросовісного використання.

Продукція апелянта, яка фактично пропонується під заявленим позначенням, та продукція компанії Шанель САРЛ має різне коло споживачів, цінову категорію, асортимент та канали збуту, що унеможлиблює сплутування заявленого позначення із знаками зазначеної компанії та введення в оману споживачів щодо дійсного виробника товару.

Апелянт стверджує, що заявлене позначення «СОСОВАНТ» не є тотожним і не відтворює знаків третіх осіб, зокрема, компанії Шанель САРЛ, оскільки є фантазійним словом із власним смисловим значенням.

Крім того, слово «Сосо» входить як складова частина до багатьох слів романо-германського походження, використовується іншими особами в якості псевдоніма. Апелянтом проведено дослідження реєстрацій знаків для товарів і послуг в Україні та світі та виявлено низку зареєстрованих знаків, у складі яких є слово «Сосо».

Проаналізувавши інформацію, доступну в мережі Інтернет, апелянт стверджує, що компанія Шанель САРЛ фактично використовує знак «СОСО» та інші знаки, які містять словесний елемент «СОСО», для маркування аксесуарів (сумок, окулярів), косметики, а не для одягу. Сам факт наявності у компанії Шанель САРЛ зареєстрованих знаків, елементом яких є «СОСО», на думку апелянта, не обов'язково матиме наслідком виникнення у споживача асоціативного зв'язку між позначенням «СОСОВАНТ» та компанією Шанель САРЛ.

Ураховуючи наведене, апелянт просить скасувати рішення Мінекономрозвитку від 22.04.2019 та зареєструвати позначення «СОСОВАНТ» за заявкою № т 2016 27646 відносно усього заявленого переліку товарів 25 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 заявленого позначення «СОСОВАНТ» умовам надання правової охорони щодо наявності підстав для відмови, встановлених пунктами 2, 3 статті 6 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (далі – Закон), з урахуванням пунктів 4.3.1.9, 4.3.2.4, 4.3.2.5, 4.3.2.6 Правил.

Відповідно до пункту 2 статті 6 Закону 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 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» (<http://ukrlit.org/slovnyk>).

Відповідно до пункту 10.7.3 Методичних рекомендацій з окремих питань проведення експертизи заявки на знак для товарів і послуг, схвалених рішенням Колегії Державної служби інтелектуальної власності України від 18.03.2014 (протокол № 9) та затверджених наказом Державного підприємства «Український інститут промислової власності» від 07.04.2014 № 91 із змінами (далі – Методичні рекомендації), 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 товарів або характеру послуг, а також їх походження, які насправді не відповідають дійсності. Здатність ввести в оману не завжди очевидна, вона має ймовірний характер.

У запереченні апелянт стверджує, що заявлене позначення стало відомим споживачу внаслідок використання, асоціюється саме з особою апелянта та надав відповідні докази.

Дослідивши надані документи колегія Апеляційної палати зазначає, що представлена інформація не підтверджує тривалого та значного за обсягами

використання заявленого позначення на всій території України до дати подання заявки та набуття ним відомості серед споживачів саме відносно особи апелянта.

Для встановлення того, чи відомі українському споживачу товари компанії Шанель САРЛ, а також для з'ясування питання про те, чи здатне заявлене позначення «СОСОВАНТ» породжувати у свідомості споживача асоціації, пов'язані із зазначеним виробником, колегія Апеляційної палати звернулась до відомостей, наявних у мережі Інтернет, та спеціалізованих електронних видань у сфері моди.

«Габріель Бонер Шанель (фр. Gabrielle Bonheur Chanel, яку прозвали Коко Шанель (19 серпня 1883 – 10 січня 1971), була провідною французькою кутюр'є, чий модернізм був натхнений чоловічою модою і яку дотримання дорогої простоти у створюваному одязі зробили, можливо, найважливішою фігурою в історії моди ХХ сторіччя. Шанель принесла в жіночу моду приталений жакет і маленьку чорну сукню. Вплив Коко на високу моду був такий сильний, що її – єдину з історії моди – журнал «Тайм» вніс до списку ста найвпливовіших людей ХХ століття. Багато хто носив її фланелеві блейзери, спідниці вільного крою, довгі светри з джерсі, матроски і знаменитий костюм (спідниця + жакет). Костюм «від Шанель» став символом статусу нового покоління: виготовлений з твіду, з вузькою спідницею, жакетом без коміра, обшитим тасьмою, золотистими гудзиками і накладними кишнями. Також Коко представила дамські сумочки, ювелірні вироби і взуття. Коко Шанель також популяризувала маленьку чорну сукню, яку можна було носити протягом дня і вечора залежно від того, як вона була доповнена аксесуарами.

У 18 років Габріель влаштувалася продавцем у магазин одягу, а у вільний час співала у кабаре. Улюбленими піснями дівчини були «Ко Ко Ри Ко» і «Qui qua vu Сосо», за що їй і дали прізвисько — Коко» (<https://uk.wikipedia.org/wiki/>).

«Будинок моди Chanel вперше за свою 108-річну історію опублікував повну фінансову звітність, яка поставила його до списку лідерів серед виробників товарів класу «люкс». Як говориться в звітності компанії, її чистий прибуток в 2017 році склав \$1,79 млрд, показник зріс на 18,6% в річному вираженні. Компанія Chanel була заснована в 1910 році, коли Габріель «Коко» Шанель відкрила свій модний магазин в Парижі. Зараз компанія виробляє широкий асортимент товарів, від одягу і виробів зі шкіри до парфумів і годинників. Клієнтами Chanel були чимало відомих осіб, включаючи Жаклін Кеннеді та Елізабет Тейлор» (<https://ua.korrespondent.net/business/companies/3983061-budynok-mody-Chanel-vpershe-opublikuvav-finzvtnist>).

«История одной вещи: маленькое черное платье Коко Шанель» (<https://vogue.ua/article/fashion/brend/istoriya-odnoy-veshchi-malenkoe-chnoe-plate.html>).

«Вещи-легенды: модное наследие Коко Шанель: Модный Дом Chanel на протяжении многих десятков лет остается одним из самых продаваемых

брендов в мире. И это не удивительно. Великая мадемуазель подарила миру моды стильные практичность и удобство, а еще многочисленные легенды, которые хорошо продаются...» (<http://www.marieclaire.ru/moda/modnoe-nasledie-koko-shanel/>).

Аналізом відомостей, наявних у мережі Інтернет також встановлено, що товари компанії Шанель САРЛ відомі українському споживачу, оскільки пропонуються до продажу через спеціалізований магазин «Chanel» - бутик «Chanel» (Мандарин Плаза, вулиця Басейна, 6, місто Київ), у якому представлено такі категорії товарів: одяг, шкіряні вироби, взуття, аксесуари, сонцезахисні окуляри, годинники, ювелірні вироби, ексклюзивні аромати ([https://www.chanel.com/ru\\_RU/#storelocator](https://www.chanel.com/ru_RU/#storelocator)).

Позначення «СОСО» міститься у складі низки знаків компанії Шанель САРЛ, які одержали правову охорону на території України:

для товарів 25 класу МКТП: «СОСО» за міжнародною реєстрацією № 699469 від 04.08.1998; «I LOVE СОСО» за міжнародною реєстрацією № 1349884 від 20.12.2016; «СОСООН» за свідоцтвом України № 137100 від 11.04.2011;

для товарів 14 та 18 класів МКТП: «СОСО» за свідоцтвом України № 111245 від 25.08.2009;

для товарів 3 класу МКТП: «СОСО» за свідоцтвом № 5274 дата подання 01.02.1968, «СОСО MADEMOISELLE» за свідоцтвом № 111241 від 25.08.2009, «СОСО NOIR» за міжнародною реєстрацією № 1108062 від 13.01.2012;

для товарів 4 класу МКТП: «СОСО CHANEL» за міжнародною реєстрацією № 1308161 від 22.07.2016; «СОСО MADEMOISELLE» за міжнародною реєстрацією № 1297619 від 24.02.2016;

для товарів 9 класу МКТП: «СОСО CHANEL» за міжнародною реєстрацією № 1385915 від 19.10.2017;

для товарів 14 класу МКТП: «CODE СОСО» за міжнародною реєстрацією № 1315533 від 16.08.2016, «СОСО CRUSH» за міжнародною реєстрацією № 1265202 дата поширення на територію України 24.05.2018.

Крім того, з поширенням на територію України зареєстровані знаки «СОСО NEIGE» за міжнародною реєстрацією № 1480475 від 11.01.2019 та «СОСО VOYAGE» за міжнародною реєстрацією № 1478527 від 10.05.2019 для товарів 09, 14, 18, 25, 28 класів МКТП.

Таким чином, заявлене позначення «СОСОВАНТ», яке містить у своєму складі словесний елемент «СОСО», при використанні для маркування товарів 25 класу МКТП може сприйматись українськими споживачами як продовження серії знаків компанії Шанель САРЛ.

Відповідно до пункту 9.33 рекомендацій Всесвітньої організації інтелектуальної власності «обозначение является дистинктивным для товаров, на которых оно должно применяться, когда это обозначение признано в качестве идентификатора товаров из конкретного коммерческого источника

либо способно быть признано таковым лицами, которым оно адресовано» (ВОИС. Основы интеллектуальной собственности. К.: Издательский дом «Ин Юре», 1999).

Згідно з пунктом 9.165 цього ж джерела «товарный знак является сходным до степени смешения с предшествующим знаком, если он используется для однородных товаров и так похож на предшествующий знак, что есть вероятность введения потребителей в заблуждение относительно происхождения товаров».

Отже, та обставина, що знаки є схожими настільки, що їх можна сплутати, та зареєстровані відносно таких самих або споріднених товарів, безпосередньо може призвести до того, що споживач може бути введений в оману відносно комерційного походження товарів, оскільки в нього може виникнути помилкове враження про те, що споріднені товари, які фактично виробляються різними особами, походять від однієї особи.

Колегія Апеляційної палати зазначає, що компанія Шанель САРЛ, поряд з її засновницею Габріель «Коко» Шанель, мають всесвітню відомість у сфері моди. Внаслідок тривалого використання знака «СОСО» компанією Шанель САРЛ він набув високої розрізняльної здатності (дистинктивності) ідентифікувати товари саме цієї компанії.

У зв'язку з цим, використання позначення «СОСОВАНТ» для товарів 25 класу МКТП, зокрема, одягу, взуття, наголовних уборів, іншим виробником може призвести до зловживання репутацією компанії Шанель САРЛ внаслідок виникнення у свідомості споживача асоціативного зв'язку із діяльністю та товарами цієї компанії. Крім того, заявлене позначення «СОСОВАНТ» ймовірно викликатиме у споживача помилкове враження стосовно джерела походження товарів, тобто може ввести в оману щодо їх виробництва іншою особою, а саме компанією Шанель САРЛ, яка пропонує споріднені товари. Отже, на заявлене позначення поширюються підстави для відмови у наданні правової охорони, встановлені абзацом п'ятим пункту 2 статті 6 Закону.

Відповідно до пункту 3 статті 6 Закону не можуть бути зареєстровані як знаки позначення, які є тотожними або схожими настільки, що їх можна сплутати із знаками раніше зареєстрованими чи заявленими на реєстрацію в Україні на ім'я іншої особи для таких самих або споріднених з ними товарів і послуг.

Пунктом 4.3.2.4 Правил встановлено, що 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.

При перевірці позначень на тотожність і схожість необхідно:

- провести пошук тотожних або схожих позначень;

- визначити ступінь схожості заявленого позначення та виявлених при проведенні пошуку позначень;

- визначити однорідність товарів і/або послуг, для яких заявлено знак, в порівнянні з товарами і/або послугами, для яких зареєстровані або заявлені тотожні або схожі знаки, виявлені під час пошуку.

Заявлене словесне позначення «СОСОВАНТ» виконано стандартним шрифтом заголовними літерами латиниці.

Позначення подано на реєстрацію відносно товарів 25 класу МКТП: «Одяг, взуття, наголовні убори; сукні; сорочки; сорочки для гольфа; спідниці; спідниці нижні; спіднички дитячі; спідниці-шорти; сарафани; пальта; легінси (штани); костюми; капці (пантофлі); куртки; жилети (камізельки); джемperi; пуловери; светри; готовий одяг; верхній одяг; бриджі».

Протиставлений словесний знак «СОСО» за свідоцтвом № 111245 виконано стандартним шрифтом заголовними літерами латиниці. Знак зареєстровано відносно товарів 14, 18 класів МКТП.

Протиставлений словесний знак «СОСООН» за свідоцтвом № 137100 виконано стандартним шрифтом заголовними літерами латиниці. Знак зареєстровано відносно товарів 9, 18, 25 класів МКТП.

Протиставлений словесний знак «СОСО» за міжнародною реєстрацією № 699469 виконано стандартним шрифтом заголовними літерами латиниці. Знаку надана правова охорона відносно товарів 25 класу МКТП.

Протиставлений словесний знак «I LOVE СОСО» за міжнародною реєстрацією № 1349884 виконано стандартним шрифтом заголовними літерами латиниці. Знаку надана правова охорона відносно товарів 3, 9, 14, 18, 25 класів МКТП.

Відповідно до пункту 4.3.2.6 Правил 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.

Під час порівняння позначень береться до уваги загальне враження, яке складається на основі сукупної дії звукової, графічної та смислової схожості. Увага звертається, в першу чергу, на схожість словесних позначень чи їх частин, а не на відмінність, оскільки саме схожі елементи призводять до змішування знаків.

Колегія Апеляційної палати зауважує, при сприйнятті словесного позначення зазвичай увага споживача найбільше акцентується на його початковій частині, оскільки з неї починається огляд позначення. Отже початкова частина словесного позначення найбільше запам'ятовується і має значний вплив на загальне враження, яке позначення справляє на споживача.

Звукова (фонетична) схожість позначення «СОСОВАНТ» із протиставленими знаками за свідоцтвом № 111245 та міжнародною реєстрацією



№ 699469 обумовлюється включенням до складу заявленого позначення знака «СОСО», що охороняється. Схожість із протиставленим знаком «СОСООН» за свідоцтвом № 137100 обумовлюється тотожністю звучання спільного словесного елемента «СОСО», розміщеного на початку порівнювальних позначень.

При цьому, звучання заявленого позначення та протиставленого знака «I LOVE СОСО» за міжнародною реєстрацією № 1349884 є різним.

Щодо графічної схожості колегія Апеляційної палати зазначає, що заявлене позначення схоже із протиставленими знаками словесним елементом «СОСО», характером його букв (заголовні) та шрифтом. Відрізняється заявлене позначення наявністю додаткового словесного елемента «BANT». Протиставлені знаки за свідоцтвом № 137100 та міжнародною реєстрацією № 1349884 відрізняються від заявленого позначення додатковими словесними елементами «ON» та «I LOVE».

Під семантичною схожістю розуміється подібність покладених у позначення понять, ідей, тобто смислових значень.

Заявлене позначення «СОСОВАНТ» є фантазійним словом, утвореним з двох слів «coco» і «bant».

«Coco - [ˈkəʊkəʊ] n 1) *бот.* кокосова пальма; 2) = coconut кокос, кокосовий горіх» (<https://www.lingvolive.com/ru-ru/translate/en-uk/coco>).

«Coco Chanel (Коко Шанель, настоящее имя Габриель Бонер Шанель; 19 августа 1883 – 10 января 1971) – ведущий французский модельер, одна из самых важных фигур в истории моды. Основала всемирно известный бренд Chanel. Благодаря своим жакетам и маленькому черному платью, Шанель стала иконой стиля, которой до сих пор поклоняются женщины всего мира» (<https://wiki.wildberries.ru/people/designers/шанель-коко>).

bant – є транслітерацією латиницею слова «бант», що має значення «вузол з вільними петлями й кінцями; зав'язана таким вузлом стрічка використовується переважно як прикраса» (Новий тлумачний словник української мови. За ред. В.Яременко, О.Сліпушко / Київ, 1998).

«cocoon [kəˈkuːn] n кокон» (<https://www.lingvolive.com/ru-ru/translate/en-uk/cocoon>).

«СОСООН» – фантазійне слово, утворене заміною фразового дієслова англійської мови «put on» (у значенні «надягати») на слово «coco».

«I LOVE СОСО» перекладається з англійської мови – «я люблю Коко».

З огляду на наявність у складі порівнюваних позначень частини імені видатної французької модельєрки Coco Chanel, а також той факт, що позначення «СОСОВАНТ» заявляється для товарів 25 класу МКТП, зокрема, одягу, взуття та наголовних уборів, колегія Апеляційної палати вважає, що заявлене позначення та протиставлені знаки мають спільну словесну і семантичну основу, а отже є схожими за семантикою.

За результатами порівняльного аналізу колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що за ознаками схожості заявлене позначення схоже з протиставленими знаками за свідоцтвами №№ 111245, 137100 та міжнародною реєстрацією № 699469, оскільки асоціюється з ними у цілому, незважаючи на окрему різницю елементів.

Відповідно до пункту 4.3.2.5 Правил для позначення, заявленого як знак, щодо якого проводиться експертиза по суті, і виявлених зареєстрованих та заявлених на реєстрацію знаків з більш раннім пріоритетом встановлюється однорідність (спорідненість) товарів або товарів і послуг.

При встановленні однорідності (спорідненості) товарів або товарів і послуг визначається принципова імовірність виникнення у споживача враження про належність їх одній особі, що виготовляє товар або надає послуги. Для встановлення такої спорідненості слід урахувувати, зокрема, рід (вид) товарів і послуг, їх призначення, коло споживачів.

При встановленні спорідненості товарів колегія Апеляційної палати також врахувала положення Методичних рекомендацій (пункти 11.2.4, 11.2.7) та виходила з наступного.

Визнаються спорідненими товари, які можуть бути тісно або специфічно пов'язані таким чином, що використання тотожних або схожих знаків відносно таких товарів може привести до їх сплутування у певному секторі споживачів. Товари та супутні товари до них, тобто такі, що використовуються спільно з основним товаром, можуть вважатися спорідненими, оскільки вони доповнюють основний товар, використовуються для упакування цього товару, мають однакові умови реалізації тощо.

Проаналізувавши перелік товарів 25 класу МКТП за заявкою № m 2016 27646, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що, враховуючи вид товарів, їх призначення, коло споживачів та можливість виникнення у споживачів враження про належність цих товарів одній особі, заявлені товари є такими самими та спорідненими з товарами 25 класу МКТП за міжнародною реєстрацією № 699469 та за свідоцтвом № 137100, а також спорідненими з товарами 18 класу МКТП за свідоцтвами №№ 111245 та 137100.

За результатами порівняльного аналізу колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що заявлене позначення щодо товарів 25 класу МКТП є схожим настільки, що його можна сплутати з протиставленими знаками за свідоцтвами №№ 111245 та 137100 та міжнародною реєстрацією № 699469.

14.09.2017 до закладу експертизи надійшло мотивоване заперечення від компанії Шанель САРЛ проти заявки № m 2016 27646 щодо невідповідності наведеного в ній позначення умовам надання правової охорони, результати розгляду якого враховані колегією Апеляційної палати під час прийняття рішення.

Дослідивши матеріали апеляційної справи в межах мотивів заперечення, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що позначення за заявкою № т 2016 27646 не відповідає умовам надання правової охорони, оскільки на нього поширюються підстави для відмови, встановлені пунктами 2 та 3 статті 6 Закону.

За результатами розгляду заперечення, керуючись Законом України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», Регламентом Апеляційної палати Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, затвердженим наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 19.02.2019 № 263, колегія Апеляційної палати

**в и р і ш и л а :**

1. Відмовити Реді О.В. у задоволенні заперечення.
2. Рішення Мінекономрозвитку від 22.04.2019 про відмову в реєстрації знака для товарів і послуг «СОСОВАНТ» за заявкою № т 2016 27646 залишити чинним.

Рішення набирає чинності з дати його затвердження наказом Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Затверджене рішення може бути оскаржено у судовому порядку протягом двох місяців від дати його одержання.

Головуючий колегії

Т. В. Терехова

Члени колегії

М. О. Василенко

В. Г. Красовський