



## За РЕЗУЛЬТАТАМИ РОБОТИ Апеляційної палати Мінекономрозвитку

Щодо РЕЄСТРАЦІЇ знака для товарів і послуг

Спорт Експрес

**К**олегія Апеляційної палати розглянула заперечення проти рішення про відмову в реєстрації знака для товарів і послуг «Спорт Експрес, зобр.».

У рішенні зазначено, що заявлене комбіноване позначення не відповідає умовам надання правової охорони, оскільки для всіх товарів 16 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП), зазначених у наведеному в матеріалах заявки переліку, воно є схожим настільки, що його можна сплутати з комбінованими знаками, та словесним **ЗНАКОМ**, раніше зареєстрованими в Україні на ім'я інших осіб.



**СПОРТ  
ЭКСПРЕСС**

Апелянт заперечував проти рішення про відмову в реєстрації знака для товарів і послуг «Спорт Експрес, зобр.» і на користь реєстрації знака наводив наступні доводи.

Апелянт стверджував, що комбіноване позначення «Спорт Експрес, зобр.» є оригінальним, фантазійним, вигаданим та суттєво відрізняється від усіх позначень, на які посилається експертиза. Оскільки розрізняльна здатність позначення «Спорт Експрес, зобр.» формується за рахунок його оригінальності, заявлене позначення повністю відповідає статті 1 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (далі – Закон), а саме: «знак — позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб».

В обґрунтування своїх доводів апе-

лянт також посилався на рекомендації ВОІВ, де вказано: «условие дистинктивности» є основною властивістю позначення, яке заявляється.

Позначення «Спорт Експрес, зобр.» активно використовується у господарському обігу, про що свідчить статистична інформація розповсюдження веб-сайту апелянта в мережі Інтернет за адресою [www.sport-express.ua](http://www.sport-express.ua). Апелянт надав документи, які, на його думку, підтверджують використання ним позначення «СПОРТ ЭКСПРЕСС» для товарів 16 класу МКТП на території України. Апелянт вважав, що з наданих документів можна дослідити не тільки прямий зв'язок заявника з використанням позначення «СПОРТ ЭКСПРЕСС», а й пріоритет такого використання, який встановлено у 1992 році, що повністю підпадає під норму ст. 500 Цивільного кодексу України «Право попереднього користувача».

Враховуючи наведене, апелянт просив відмінити рішення та зареєструвати позначення «Спорт Експрес, зобр.» відносно всього заявленого переліку товарів 16 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.

Статтю 1 Закону визначено, що знак — це позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб.


Відповідно до пункту 3 статті 6 Закону не можуть бути зареєстровані як знаки позначення, які є тотожними або схожими настільки, що їх можна сплута-

ти 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.

Відповідно до пункту 4.3.2.4 Правил складання, подання та розгляду заявки на знак для товарів і послуг, затверджених наказом Державного патентного відомства України від 28.07.1995 № 116 (в редакції наказу від 20.08.1997 № 72) (далі – Правила), при перевірці позначень на схожість встановлюється ступінь їх схожості, однорідність товарів і послуг, для яких заявлені знаки.

При перевірці позначень на схожість позначення вважається схожим настільки, що його можна сплутати з іншим позначенням, якщо воно асоціюється з ним в цілому, незважаючи на окрему різницю елементів.

Заявлене позначення є комбінованим позначенням. В середині прямокутника на білому тлі міс-




ється словесний елемент «Спорт», на чорному – словесний елемент «Експрес». Словесні елементи «Спорт» та «Експрес» виконано друкованим шрифтом, чорного та білого кольору, кирилицею.

Протиставлений знак – комбінований. Словесний елемент «СПОРТ» виконано великими літерами кирилиці, стилізованим шрифтом чорного кольору та обрамлено білою смужкою. Словесний елемент «ЕКС-ПРЕСС» виконано великими літерами друкованим шрифтом білого кольору, кирилицею. Словесний елемент «ЕКС-ПРЕСС» надруковано на смужі чорного кольору. Між словесними елементами розміщено зображувальний елемент у вигляді футбольного м'яча в обрамленні вінка.



Протиставлений знак – комбінований. Словесний елемент «СПОРТ» виконано великими літерами кирилицею, стилізованим



шрифтом чорного кольору в обрамленні білої смужки. Словесний елемент «ЕКС-ПРЕСС» виконано великими літерами друкованим шрифтом білого кольору, кирилицею. Словесний елемент «ЕКС-ПРЕСС» надруковано на смужі чорного кольору. Між словесними елементами розміщено зображувальний елемент у вигляді голови півня з червоним гребенем та бородою в обрамленні вінка.

Протиставлений знак – словесний. Словесні елементи «СПОРТ» та «ЕКС-ПРЕСС» розміщено СПОРТ один під одним та ЕКСПРЕСС виконано великими літерами кирилицею, друкованим шрифтом чорного кольору.

Відповідно до пункту 4.3.2.8 Правил комбіновані позначення, заявлені як знаки, порівнюються з комбінованими позначеннями та з тими видами позначень, які входять до складу комбінованого позначення, що перевіряється, як елементи.

У комбінованому позначенні, що складається із зображувального та словесного елементів, основним елементом, як правило, є словесний елемент, оскільки він краще запам'ятовується, ніж зображувальний, і саме на ньому акцентується увага споживача при сприйнятті позначень. Не може бути віднесено до основних елементів різні обрамлення словесних елементів у вигляді геометричних фігур, орнаментів тощо.

Таким чином, компоненти, які мають незначну розрізняльну здатність, до уваги не беруться, а порівнянню підлягають домінуючі елементи порівнюваних знаків.

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

У кожному із досліджуваних позначень домінуюче місце займають словесні елементи – «СПОРТ» та «ЕКСПРЕСС».

За результатами аналізу фонетичної схожості заявленого позначення та протиставлених знаків колегія Апеляційної

палати дійшла висновку, що порівнювані знаки є фонетично тотожними.

Графічні зображення заявленого позначення та протиставлених знаків мають відмінності: протиставлені знаки відрізняються розміром шрифту та оформленням словесних елементів. До того ж, комбіновані знаки мають додаткові зображувальні елементи.

Колегія Апеляційної палати зазначила, що деяка різниця у графічному виконанні та наявність додаткових зображувальних елементів порівнюваних позначень не має вирішального впливу при визначенні їх графічної схожості.

Під семантичною схожістю розуміється подібність покладених у позначення понять, ідей, тобто смислове значення позначення.

«Толковый словарь С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой» дає такі тлумачення словесних елементів заявленого та протиставлених знаків.

«СПОРТ, -а, м, составная часть физической культуры комплексы физических упражнений для развития и укрепления организма, соревнования по таким упражнениям и комплексам, а также система организации и проведения этих соревнований.

ЭКСПРЕСС, -а, м. поезд или автобус. судно, идущие с высокой скоростью без остановок или с остановками только в крупных пунктах».


Оскільки словесні елементи «Спорт» та «Експрес» заявленого позначення та протиставлених знаків одні й ті самі, за семантичною ознакою порівнювані позначення можна вважати тотожними.

За результатами порівняльного аналізу колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що досліджувані позначення є схожими настільки, що їх можна сплутати.

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 товарів або товарів і послуг.


Для цілей реєстрації знаків спорідненими товарами і/або послугами вважаються такі товари і/або послуги, які відносяться до одного і того ж роду і виду, тобто такі, в яких відображаються загальні та суттєві ознаки предмета (товару) або дії, і у зв'язку з цим створюється принципова імовірність виникнення у споживачів враження про належність їх одній особі, що виготовляє товари або надає послуги.

Ступінь спорідненості товарів і послуг тісно пов'язана зі ступенем схожості досліджуваних знаків. Чим більша їх схожість, тим вища небезпека змішування та ширший діапазон товарів, які мають розглядатися як споріднені.

Заявлене позначення подано на реєстрацію  відносно товарів 16 класу МКТП.

Протиставлений знак зареєстровано відносно товарів 16 та  послуг 35, 39 класів МКТП.

Протиставлений знак подано на реєстрацію  відносно товарів 16 класу МКТП.

Протиставлений знак зареєстровано відносно товарів 16 та  послуг 35, 38, 41 класів МКТП.

Колегія Апеляційної палати проаналізувала перелік товарів 16 класу МКТП заявленого позначення і протиставлених знаків та дійшла висновку, що товари 16 класу МКТП, враховуючи вид, призначення, коло споживачів та можливість виникнення у споживачів враження про належність цих товарів одній особі, є однорідними.

У додаткових поясненнях до заперечення апелянт скоротив перелік заявлених товарів 16 класу МКТП до наступних: «видання друковані, газети».

На користь реєстрації заявленого позначення «СПОРТ ЕКСПРЕСС, зобр.» апелянт надав наступні документи: довідку про відвідування веб-сайту

www.sport-express.ua; довідку про тираж друкованого видання «Спорт-експрес в Україні»; роздруківки сторінок веб-сайтів:

www.sport-express.ua, www.catalog.i.ua, www.top100.rambler.ru.; копії сторінок видання «Спорт-експрес в Україні»; статистичний звіт Rambler у мережі Інтернет про популярність веб-сайту www.sport-express.ua.

Розглянувши надані апелянтом матеріали, колегія дійшла висновку про те, що вони не підтверджують тривалого використання заявленого позначення «Спорт Экспрес, зобр.» відносно товарів 16 класу МКТП – «видання друковані, газети».



### Щодо реєстрації знака для товарів і послуг

**К**олегія Апеляційної палати розглянула заперечення проти рішення про відмову в реєстрації зображувального знака для товарів і послуг.

Заявленому позначенню було відмовлено у реєстрації на тій підставі, що для товарів 09 класу МКТП, зазначених у наведеному в матеріалах заявки переліку, заявлене позначення не має розрізняльної здатності; є загальноповживаним символом, що широко використовується щодо заявлених товарів і вказує на їх певні властивості.

Заявлене позначення є домінуючою графічною частиною логотипа престижного сертифіката якості для вовни і виробів з неї Woolmark, дизайн якого було розроблено у 1964 році художником Francesco Saroglia. Згаданим логотипом маркується побутова техніка, що сертифікується Міжнародним інститутом вовни і яка гарантує незмінність властивостей вовняних виробів після застосування цієї техніки.

Апелянт заперечував проти рішення про відмову в реєстрації зображувального знака та стверджував, що заявлене позначення є фантазійною композицією, при-

Крім того, факт використання заявленого на реєстрацію позначення «Спорт Экспрес, зобр.» відносно саме товарів 16 класу МКТП – «видання друковані, газети» апелянтом не доведено.

Колегія Апеляційної палати, дослідивши матеріали апеляційної справи, вирішила, що заявлене позначення не відповідає умовам надання правової охорони, оскільки на нього поширюються підстави для відмови, встановлені пунктом 3 статті 6 Закону.

Таким чином, колегія Апеляційної палати відмовила апелянту у задоволенні заперечення.



значеною для використання в якості знака для товарів і послуг, має високу розрізняльну здатність та відоме більшості споживачів України як торговельна марка, якою маркуються товари високої якості.

Апелянт зазначав, що заявлене зображувальне позначення не внесено до жодних стандартів чи інших нормативних документів як загальноприйнятий символ будь-якої галузі виробництва, в тому числі щодо виробництва електричної побутової техніки і таке позначення не може бути загальноповживаним символом.

Поряд з цим апелянт зауважував, що заявлене позначення є торговельною маркою, права на які належать йому з 1964 року, зареєстрованою відомствами майже всіх країн світу, в тому числі й України. Розпорядження виключними майновими правами власника торговельної марки, яка є заявленим позначенням, здійснюються відповідно до програми ліцензування, яка передбачає обов'язкове підтвердження ліцензіатом гарантування якості продукції та відповідність її встановленим власником стандартам. Вказані обставини свідчать, що вільне використання будь-

якою особою заявленого позначення, як це передбачено для загальноновживаних символів, є неможливим.

На підставі викладеного апелянт вважав, що положення пункту 2 статті 6 Закону застосовані до заявленого позначення неправомірно.

Враховуючи вищенаведені доводи, апелянт просив відмінити рішення за заявкою та зареєструвати заявлене позначення як знак для товарів 09 класу МКТП «електричні праски».

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

Відповідно до пункту 2 статті 6 Закону не можуть бути зареєстровані як знаки позначення, які зокрема: звичайно не мають розрізняльної здатності та не набули такої внаслідок їх використання; складаються лише з позначень, що є загальноновживаними символами і термінами.

З метою встановлення, чи є заявлене позначення таким, що не має розрізняльної здатності та не набуло такої внаслідок його використання та чи є заявлене позначення загальноновживаним символом, колегією Апеляційної палати проведено його дослідження згідно з пунктами 4.3.1.4 та 4.3.1.6 Правил.

Відповідно до пункту 4.3.1.4 Правил до позначень, що не мають розрізняльної здатності, відносяться: позначення, які складаються лише з однієї літери, цифри, лінії, простої геометричної фігури, що не мають характерного графічного виконання; реалістичні зображення товарів, якщо вони заявляються на реєстрацію як знак для позначення цих товарів; тривимірні об'єкти, форма яких обумовлена виключно функціональним призначенням, якщо такий об'єкт заявляється як знак; загальноновживані скорочення; позначення, які тривалий час використовувались в Україні кількома виробниками як знаки для товарів, що мають спільну якість або інші характеристики, і втратили розрізняльну здат-

ність як індивідуальні знаки відносно таких товарів.

Колегія Апеляційної палати проаналізувала заявлене позначення, ознайомилась з матеріалами, на які посилається заклад експертизи, і зазначила наступне.

Заявлене позначення є фантазійною композицією, що представляє собою зображення переплетіння п'яти плавних ліній чорного кольору, що формують фігуру трикутника, який символізує собою моток вовняних ниток.

Отже, заявлене зображувальне позначення не може бути віднесене до позначень, які складаються лише з однієї літери, цифри, лінії, простої геометричної фігури, що не мають характерного графічного виконання; реалістичного зображення товару (електричні праски); тривимірного об'єкта, форма якого обумовлена виключно функціональним призначенням; загальноновживаного скорочення.

Стосовно того, чи є заявлене позначення таким, що тривалий час використовувалось в Україні кількома виробниками як знак для товарів, що мають спільну якість або інші характеристики, і втратило розрізняльну здатність як індивідуальний знак відносно таких товарів, колегія відмітила таке.

Ні у рішенні про відмову в реєстрації, ні під час апеляційного засідання представником закладу експертизи на надано доказів використання заявленого позначення відносно товару «електричні праски» кількома виробниками, що призвело б до втрати ним розрізняльної здатності як індивідуального знака, яким маркуються електричні праски.

Сайти з мережі Інтернет, що зазначені у рішенні, містять таку інформацію: «... Фирмы текстильной промышленности и одежды, желающие поставит на свои изделия шерстяное клеймо, должны получить лицензию федерации шерстяного клейма, которая основана Международным Секретариатом по Шерсти...». «На этикетках шерстяного клейма дополнительно к знаку качества

следует указывать либо название фирмы, либо её узаконенный товарный знак...», «...Опрос независимых организаций исследования рынка показал, что шерстяное клеймо известно 90% потребителей, это означает такую же степень известности, как у Мерседеса или Кока-Колы. Для потребителя этот символ ценности и качества означает, что ему нет равного».

«WOOLMARK — это престижный международный сертификат качества. Имеет фирменный логотип, который изображается на всех изделиях, сертифицированных по соответствующим, строгим международным стандартам. Данный сертификат основан Международным Секретариатом по Шерсти в качестве охранного органа для контроля использования маркировочного символа Woolmark. Производители изделий с маркой Woolmark в лицензионном договоре подписывают обязательство соблюдать качественные предписания по стандартам шерсти...».

«Знаком Woolmark маркируется бытовая техника, сертифицированная Международным институтом шерсти (орган по сертификации качества изделий из натуральной шерсти). Это означает, что изделие из шерсти, выстиранное в стиральной машине, сохранит неизменными свои потребительские свойства».

Електронний ресурс <http://www.wool.com> є веб-сайтом Компанії Woolmark, на якому розміщено загальну інформацію щодо бренда Woolmark та історію його створення, умов одержання ліцензій на використання логотипу Woolmark, а також іншу інформацію стосовно розвитку світового ринку текстилю, світових трендів та інноваційних розробок в текстильній галузі. Зокрема там зазначено про те, що бренд Woolmark є самим відомим у світі брендом текстильного волокна найвищої якості. Компанії, що одержали ліцензію на використання логотипа Woolmark на своїй продукції завдяки постійному гарантуванню високих стан-

дартів якості мають суттєві переваги на ринках відповідної продукції. Окрема сторінка на цьому сайті присвячена переліку позначень, так званих, суб-брендів Woolmark, що використовуються для сертифікації певних видів продукції, зокрема, текстилю з вовняних волокон різного походження, продукції, призначеної для догляду за текстилем (пральні та сушильні машини, миючі засоби, праски), продукції, що використовується в інтер'єрі (текстиль різного походження, килими).

Колегія Апеляційної палати взяла до уваги надані апелянтом результати звіту про соціологічне дослідження, яке було проведено в найбільших містах України: Києві, Харкові, Одесі, Львові щодо відомості заявленого позначення. Результати дослідження показали, що більшості споживачів (51.2%) відоме досліджуване позначення відносно одягу, 30.1% споживачів назвали побутову техніку як товар, який маркується досліджуваним позначенням. Переважна більшість респондентів, яким відоме досліджуване позначення (70.6%), не змогла дати відповідь на запитання, хто є виробником товарів під цим позначенням.

Колегія Апеляційної палати також звернулася до електронних ресурсів мережі Інтернет щодо відомостей стосовно позначення «Woolmark». Так, Інтернет-сторінка представництва всесвітньо відомої компанії Філіпс в Україні містить інформацію про праски «PerfectCare», які одержали Золотий знак «Woolmark» — «Woolmark Apparel Care Gold». Це означає, що праски придатні для гладіння виробів з високоякісної вовни.

Отже, викладені вище відомості свідчать, що заявлене зображувальне позначення «Woolmark» має високу розрізняльну здатність як позначення, яким маркуються різні види товарів, що мають відношення до високоякісного вовняного текстилю. Заявлене позначення покликане виконувати одну із функцій знака для товарів і послуг, яка полягає у тому, щоб вказувати на специфічну

якість товарів, для яких цей знак використовується.

Таким чином, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що заявлене позначення має високу розрізняльну здатність, а застосування до нього абзацу другого пункту 2 статті 6 Закону є необґрунтованим.

Стосовно висновку експертизи про те, що заявлене позначення є загальноновживаним символом, що широко використовується щодо заявлених товарів і вказує на їх певні властивості, колегія Апеляційної палати зазначила наступне.

Пунктом 4.3.1.6 Правил встановлено, що до позначень, які являють собою загальноновживані символи, належать, як правило, позначення що символізують галузь господарства чи сферу діяльності, до яких належать товари чи послуги, для яких реєструється знак; умовні позначення, що застосовуються в різних галузях науки і техніки.

Загальноновживані символи і терміни є перешкодою для реєстрації знака, якщо знак заявлено для товарів і послуг, які відносяться до тієї ж галузі, що і загальноновживані символи і терміни.

Згідно з Великим тлумачним словником сучасної української мови «загальноновживаний» — який уживається, застосовується, використовується всіма.

Термін «символ» — 1. Умовне позначення якогось предмета, поняття або явища. 2. Художній образ, який умовно відбиває яку-небудь думку, ідею, почуття і т. ін. 3. Умовне позначення якої-небудь величини, поняття запроваджене певною наукою.

Виходячи із вказаних вище тлумачень слів «загальноновживаний» і «символ» загальноновживаним символом можна вважати сталий символ або умовне позначення якогось предмета, поняття, явища, величини, запроваджене певною галуззю науки, техніки, позначення, що символізують певну галузь господарства або сферу діяльності. Загальноновживані символи — це позначення, які вільно

використовуються усіма виробниками певних товарів в одному, відомому та визнаному усіма ними значенні.

У запереченні та в апеляційному засіданні апелянт вказував на те, що загальноприйняті символи, скорочення, терміни в різних галузях науки та економічної діяльності встановлюють певні національні стандарти України. Зокрема, стандартом ДСТУ 3135.12-95 (Безпека побутових та аналогічних електричних приладів. Додаткові вимоги до електричних прасок) визначені умовні графічні позначення, а також їх значення для застосування всіма виробниками електричних прасок з метою інформування споживача про безпеку їх використання.

Заявлене позначення не внесено до жодного із стандартів чи інших нормативних документів як загальноприйнятий символ будь-якої галузі виробництва, в тому числі щодо виробництва електричної побутової техніки.

Відомості вказаних вище електронних ресурсів та зауваження апелянта про те, що розпорядження виключними майновими правами власника торговельної марки (апелянта), яка є заявленим позначенням, здійснюється відповідно до глобальної програми ліцензування, яка передбачає обов'язкове підтвердження ліцензіатом гарантування якості продукції і відповідність її встановленим власником стандартам та укладання спеціального ліцензійного договору свідчать, що це позначення не може вільно використовуватись будь-якою особою, а отже, не може бути загальноновживаним.

У зв'язку з викладеним колегія Апеляційної палати відмітила, що твердження закладу експертизи про належність заявленого позначення до загальноновживаних символів не відповідає положенням пункту 4.3.1.6 Правил та пункту 2 статті 6 Закону, а відтак є необґрунтованим.

Колегія Апеляційної палати також взяла до уваги відомості, надані апелян-

том про реєстрацію заявленого позначення відносно апелянта в багатьох країнах світу, а також відомості пошукової системи «TMview», що розміщена на офіційному веб-порталі Бюро з гармонізації внутрішнього ринку (торговельні марки і промислові зразки) (OHIM), згідно з якими заявлене позначення як таке та у складі інших комбінованих позначень має 25 реєстрацій у країнах Європейського Союзу, в тому числі 17 реєстрацій на ім'я апелянта.

Стосовно посилань у рішенні на Міжнародний інститут вовни, який сертифікує заявленим позначенням відповідну побутову техніку, апелянтом зазначено, що Міжнародний Секретаріат з



### ЩОДО РЕЄСТРАЦІЇ ЗНАКА ДЛЯ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ «УММА»

**К**олегія Апеляційної палати розглянула заперечення проти рішення про відмову в реєстрації знака «УММА».

Заявленому позначенню було відмовлено у реєстрації на тій підставі, що заявлене позначення є таким, що суперечить публічному порядку та принципам моралі.

Umma – «Умма — арабское слово, означающее «сообщество» или «нация». В исламе слово «умма» обозначает сообщество верующих (уммат аль-му'минин), то есть весь исламский мир, вне зависимости от стран, границ, национальностей, и тому подобного».

Надання будь-яких послуг з використанням заявленого позначення ображатиме почуття певного кола віруючих мусульманського віросповідання.

Апелянт заперечував проти рішення про відмову в реєстрації знака «УММА» та зазначав наступне. Заявлене словесне позначення «УММА» перекладається з арабської мови як «співтовариство», «нація», «громада». Позначення не використовується ні у слов'янських мовах, ні

Вовни (International Wool Secretariat WS) був створений у серпні 1937 року в Лондоні на конференції з представниками Австралії, Нової Зеландії та ПАР. Ціллю його створення було збільшення та підтримка попиту на вовну. За період часу з 1937 року по сьогодні IWS було перетворено спочатку у The Woolmark Company (1994–2010), а наразі у Wool Innovation Corporation, членом якої є апелянт.

Ураховуючи викладене, колегія Апеляційної палати вирішила, що заявлене зображувальне позначення відповідає умовам надання правової охорони і може бути зареєстровано відносно товару 09 класу МКТП — «електричні праски».

в англійській мові за вказаним змістом, а є лише транслітерацією арабського слова літерами латиниці.

Апелянт зазначав, що під час пошуку позначення «УММА» в мережі Інтернет ним не знайдено жодного посилання на антидержавні чи расистські лозунги, емблеми або найменування екстремістських організацій, нецензурні вирази або іншого роду способи порушення публічного порядку.

Апелянт також зазначав, що слово «УММА» має наступні значення:

Умма — назва царської династії, що пала в стародавньому шумерському місті Умма (Межиріччя), в XXIV столітті до н. е.

Умма-хан Аварська — правитель Аварського ханства (1774-1801).

Крім того, позначення «УММА» до дати подання заявки і по теперішній час вже успішно використовується в Україні Інформаційним агентством «УММА», одним із засновників якого є апелянт щодо заявлених послуг. Основними напрямками діяльності цього агентства є діяльність у сфері збирання, обробки, створення, зберігання і підготовки



інформації до поширення, випуску та розповсюдження інформаційної продукції; підготовки, створення та супроводження електронних засобів масової інформації, сайтів, порталів у мережі Інтернет.

Діяльність Інформаційного агентства «УММА» висвітлюється в мережі Інтернет. На сайті <http://umma.org.ua/> зазначено, що діяльність Інформаційного агентства «УММА» направлена на формування позитивної громадської думки в Україні про іслам і мусульман, створення передумов для активної участі ісламських громад у діалозі конфесій і культур.

Враховуючи наведене, апелянт просив відмінити рішення про відмову в реєстрації знака та зареєструвати знак «УММА» відносно заявлених послуг 35, 45 класів МКТП.

Колегія Апеляційної палати перевірила відповідність заявленого позначення умовам надання правової охорони щодо наявності підстав для відмови в реєстрації знака, встановлених пунктом 1 статті 5 Закону з урахуванням пункту 4.3 Правил.

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.

Відповідно до пункту 4.3.1.1 Правил під час перевірки позначення, заявленого на реєстрацію як знак, щодо наявності підстав для відмови у наданні правової охорони, відповідно до пункту 1 статті 5 Закону, встановлюється: чи не належить заявлений знак до позначень порнографічного характеру, чи не містить антидержавних расистських лозунгів, емблем та найменувань екстремістських організацій, нецензурних слів та виразів тощо.

З метою визначення правильності застосування зазначеної у рішенні підстави для відмови в реєстрації знака «УММА» колегія Апеляційної палати

звернулася до тлумачення поняття «мораль» та його застосування як підстави для відмови в реєстрації знака «УММА».

Мораль (лат. *moralis* – нравственный, от *mos*, мн. *mores* – обычаи, нравы, поведение) у перекладі з латинської мови це одна з форм суспільної свідомості, соціальний інститут, що виконує функцію регулювання поведінки людей у всіх без виключення сферах життя (Філософський словар /Ред. І.Т. Фролова; 4 видан. – М.: 1980).

Відповідно до статті 1 Закону суспільна мораль – система етичних норм, правил поведінки, що склалися у суспільстві на основі традиційних духовних і культурних цінностей, уявлень про добро, честь, гідність, громадський обов'язок, совість, справедливість.

Основою класичних принципів моралі є релігія (від латинського *religio* – зв'язок) – складне соціальне і духовне явище, корені якого виходять з глибинних теренів суспільної історії. Соціальна природа та риси релігії вказують на її зв'язок з розвитком суспільства – певної самовідтворюючої системи, де один елемент пов'язаний з іншим.

Враховуючи наведене, колегія Апеляційної палати зазначила, що позначення може вважатися таким, що суперечить моралі, якщо воно пропагує бузвірство, блюзнірство, неповагу до національних і релігійних святинь, містить богохульні вирази чи елементи релігійної символіки, що може зачіпати або ображати почуття віруючих тощо. Зокрема, реєстрація заявленого позначення, семантичне значення якого вказує на спільноту певного кола віруючих, в даному випадку мусульман, може зачіпати або ображати почуття віруючих.

Для з'ясування того факту, чи буде заявлене позначення ображати почуття віруючих у разі, якщо позначення може бути сприйнято певним колом віруючих мусульманського віросповідання, колегія Апеляційної палати звернулася до доступних інформаційних джерел і вста-

новила наступне.

Відповідно до Ісламського енциклопедичного словника (Исламский энциклопедический словарь. А. Али-заде — Серия: Золотой фонд исламской мысли; изд-во: Ансар, 2007. — 400 с.):

Умма (араб.) — термін в ісламі, означає сукупність усіх мусульман як релігійну громаду. Це слово згадується у Корані понад шістдесят разів.

Теоретично усі мусульмани становлять одну єдність, яка зветься умма. В релігійних сферах (а також і в певних політичних) зазвичай використовують це слово, аби підкреслити єдність усіх мусульман. Насправді існування умми як дійсної єдності дискусійне з огляду на культурні, національні та й, врешті-решт, релігійні відмінності між мусульманами. Часом слово умма використовують у значенні: община мусульман, маючи на увазі конкретну громаду, наприклад «умма Палестини», «арабська умма» тощо.

У книзі Айтберова Т. М. (Материалы по хронологии и генеалогии правителей Аварии // Источниковедение средневекового Дагестана. Махачкала, 1986. — С. 156) зазначено про те, що «Умма-хан Аварский по прозвищу «Великий» — правитель Аварского ханства (1774-1801). При нём Аварское ханство расширило свои границы как за счёт подчинения аварских «вольных обществ» (республик), так и за счет соседних территорий».

На веб-сайті Вікіпедії — вільної енциклопедії, надано також такі значення слова «УММА»: сукупність усіх мусульман; жіноче ім'я; стародавнє місто-держава в Межиріччі.

У мережі Інтернет міститься інформація про наявність в Україні Духовного управління мусульман України «Умма» (<http://umma.in.ua/>), яка є релігійною організацією, зареєстрованою у вересні 1992 року Державним Комітетом у справах релігій, яку очолює Муфтії України шейх Ахмед Тамім — муфтії мусульман країни, чисельність яких перевищує два

мільйони і складається з різних національностей. Діяльність управління спрямована на забезпечення і задоволення релігійних потреб вірян згідно з Ісламським вченням.

Враховуючи наведене, колегія Апеляційної палати констатувала, що позначення «УММА» набуло певного змісту для людей мусульманського віросповідання і його пов'язують саме з ісламом. При цьому заявлене словесне позначення не належить до позначень порнографічного характеру, не містить антидержавних расистських лозунгів, емблем та найменувань екстремістських організацій, нецензурних слів та виразів тощо.

На користь реєстрації заявленого позначення апелянт надав лист, в якому Голова Духовного управління мусульман України Муфтії України шейх Ахмед Тамім просить зареєструвати заявлене позначення, оскільки позначення «УММА» жодним чином не спотворює та не ображає релігійні почуття мусульман; не є загальноживаною релігійною назвою; подання заявки та заснування Інформаційного агентства «УММА» проводилося за підтримки мусульманської громади України; а діяльність апелянта спрямована на користь діалогу конфесій, культур, миру та злагоди у суспільстві.

Апелянтом також надано скорочений перелік послуг 35, 45 класів МКТП.

Колегія Апеляційної палати, дослідивши матеріали апеляційної справи в межах мотивів заперечення, дійшла висновку, що реєстрація позначення «УММА» відносно скороченого переліку послуг 35 та 45 класів МКТП не буде порушувати публічний порядок та принципи гуманності і моралі, зокрема, не буде ображати почуття віруючих.

За результатами розгляду колегія Апеляційної палати вирішила задовольнити заперечення та зареєструвати заявлене позначення відносно скороченого переліку послуг 35, 45 класів МКТП.

Підготував В. Красовський