

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

24 жовтня 2016 року

Колегія Апеляційної палати Державної служби інтелектуальної власності України, затверджена розпорядженням заступника голови Апеляційної палати Шатової І.О. від 18.04.2016 № 35 у складі головуючого Кулик О.С. та членів колегії Теньової О.О., Ресенчука В.М., розглянула заперечення Товариства з обмеженою відповідальністю «ФЕШН РЕНТ» проти рішення Державної служби інтелектуальної власності України (далі – ДСІВ) від 15.02.2016 про відмову в реєстрації знака для товарів і послуг «Preppy» за заявкою № т 2014 11851.

Представник апелянта – Коваль М.П.

Представник Державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності» – відсутній.

При розгляді заперечення до уваги були взяті такі документи:

- заперечення вх. № 5789 від 15.04.2016;
- копії матеріалів заявки № т 2014 11851;
- додаткові матеріали до заперечення вх. № 11295 від 12.07.2016, вх. № 13569 від 29.08.2016, вх. № 14998 від 28.09.2016.

Аргументація сторін

На підставі висновку закладу експертизи 15.02.2016 ДСІВ прийнято рішення про відмову в реєстрації знака «Preppy» за заявкою № т 2014 11851 на тій підставі, що для всіх товарів 25 класу та послуг 35 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП), які пов'язані з введенням їх у цивільний оборот, зазначених у наведеному в матеріалах заявки переліку, заявлене позначення є описовим, вказує на певні властивості та якість, а саме на стиль одягу, взуття та відповідних аксесуарів, характерними рисами якого є акуратність, зручність та елегантність:

Preppy – преппи (от англ. Preparatory – предварительное) – это стиль в одежде, произошедший от школьной формы учащихся «pre-college preparatory» – престижных колледжей, готовящих молодёжь к поступлению в элитные высшие учебные заведения и университеты. Стиль преппи характеризуется

смесью делового стиля и smart casual и подразумевает опрятность, элитность и удобство.

Стиль преппи зародился в Америке в конце 40-х годов XX века. Тогда преппи был некой субкультурой, объединявшей учеников школ для «золотой молодёжи».

В наше время преппи, претерпев некоторые изменения, снова оказался на пике популярности. Его выбирают молодые люди, которые хотят выглядеть взрослее и серьезнее, так как преппи придаёт формальность и деловитость образу человека».

«Preppy – не просто определенный набор одежды в шкафу. Preppy – это стиль жизни, целая культура с высокими требованиями и стандартами, которым уже более полувека.

Preppy – стиль preppy (происходит от preparatory school и буквально значит «выпускник частной школы») родился в середине 20-го века в частных элитных школах Америки, где дети богатых и влиятельных родителей готовились к поступлению в лучшие вузы.

Философия стиля – preppy это шик, но не яркая роскошь. Это атмосфера богатства и успеха, но без назойливого блеска и глупых «понтов». Это невероятная женственность и сексуальность, застегнутая на все пуговички. Это уверенность в себе, острый ум, амбиции и прекрасные манеры. Быть преппи – значит быть выше, лучше и с гордостью и достоинством красиво идти по жизни в стильных туфельках и строгом пиджаке».

Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (розд. II, ст. 6, п. 2).

<https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%BF%D0%BF%D0%B8>

http://elfina.com.ua/blog/preppy-style?_escaped_fragment

http://fashiony.ru/page.php?id_n=79776

Апелянт – Товариство з обмеженою відповідальністю «ФЕШН РЕНТ» (далі – ТОВ «ФЕШН РЕНТ») заперечує проти рішення ДСІВ про відмову в реєстрації знака для товарів і послуг «Preppy» за заявкою № т 2014 11851 та зазначає наступне.

На думку апелянта, для пересічного українського споживача даний термін не є відомим та вживаним у повсякденному житті. Слово «preppy» в словнику АБВУУ Lingvo перекладається як той, що навчається або випускник дорогої приватної підготовчої школи, і, як зазначає апелянт, описовість позначення не може бути підставою для відмови в реєстрації позначення, оскільки даний термін прямо не вказує на вид товарів та послуг, а тільки опосередковано дає змогу споживачу створювати певні асоціації стосовно заявлених товарів 25 та послуг 35 класів МКТП, які викликають певні уявлення про особливості заявлених товарів та послуг, пробуджує ідею та образ

позначуваних товарів та потребує певної уяви споживачів, проте не описує їх прямо.

Апелянт зазначає, що тривалий час використовує заявлене позначення та стверджує, що він є провідним національним ритейлером на ринку одягу та взуття в Україні, який здійснює роздрібну торгівлю одягом та взуттям, у тому числі власного виробництва, у спеціалізованих магазинах WALKER та через Інтернет-магазин «MD-Fashion». За роки роботи на ринку України апелянтом налагоджена широка мережа магазинів WALKER (на сьогоднішній день - 17 магазинів у найбільших містах України, таких як Київ, Одеса, Харків, Донецьк, Дніпропетровськ, Львів, Миколаїв, Запоріжжя), через які, окрім товарів власного виробництва, розповсюджується продукція провідних світових брендів взуття та аксесуарів, у тому числі Tommy Hilflger, Diesel, G-Star RAW, Armani, leans, Perc Jeans, Polo Ralph Lauren, Calvin Klein, Jessica Simpson, DKNY, Bear Paw і багато інших. Щосезону колекції WALKER поповнюються найактуальнішими моделями чоловічого та жіночого взуття, сумок і портмоне американських, британських, італійських та інших світових брендів.

Апелянт є власником доменного ім'я walker.ua та свідоцтв України № 146320 на знак для товарів і послуг **walker** та № 193570 на знак для

товарів і послуг  .

Апелянт повідомляє, що ним був створений бренд «Ргеppу», який використовується для маркування товарів, зокрема взуття власного виробництва, та розповсюджується виключно в національній мережі магазинів взуття та аксесуарів WALKER. Продукція даного бренду позиціонується серед споживачів як дуже стильне, зручне та якісне взуття, доступне за ціною політикою, завдяки чому можна говорити про те, що станом на сьогоднішній день бренд вже завоював прихильність серед українських споживачів. Апелянт зазначає також про те, що ним вкладаються значні фінансові кошти у просування власної продукції на ринку України.

Також апелянт просить застосувати при розгляді заперечення положення статті 6^{quinquies} Паризької конвенції про охорону промислової власності.

Ураховуючи наведене, апелянт просить відмінити рішення ДСІВ від 15.02.2016 та зареєструвати заявлене позначення «Ргеppу» за заявкою № т 2014 11851 відносно заявлених товарів 25 та послуг 35 класів МКТП.

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

Колегія Апеляційної палати перевірила відповідність заявленого позначення «Ргеppу» умовам надання правової охорони щодо наявності підстав для відмови, встановлених пунктом 2 статті 6 Закону України «Про

охорону прав на знаки для товарів і послуг» (далі – Закон), з урахуванням пункту 4.3 Правил складання, подання та розгляду заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг, затверджених наказом Державного патентного відомства України від 20 серпня 1997 року № 72, зі змінами (далі – Правила).

Відповідно до пункту 2 статті 6 Закону не можуть одержати правову охорону позначення які, зокрема, складаються лише з позначень чи даних, що є описовими при використанні щодо зазначених у заявці товарів і послуг або у зв'язку з ними, зокрема вказують на вид, якість, склад, кількість, властивості, призначення, цінність товарів і послуг, місце і час виготовлення чи збуту товарів або надання послуг.

Відповідно до пункту 4.3.1.7 Правил до позначень, які вказують на вид, якість, кількість, властивості, склад, призначення, цінність товарів і/або послуг, а також на місце і час їх виготовлення чи збуту, належать прості найменування товарів; зазначення категорії якості товарів; зазначення властивостей товарів, в тому числі таких, що носять хвалебний характер; зазначення матеріалу або складу сировини; зазначення ваги, об'єму, ціни товарів, дати виробництва товарів; історичні дані щодо заснування виробництва, зображення нагород, що присуджені товарам; видові найменування підприємств, адреси виробників товарів або посередників тощо.

Великий тлумачний словник сучасної української мови (В. Т. Бусел, ВТФ “Перун”, 2005) визначає слово «описовий» як такий, що «містить опис чогонебудь, має характер опису».

Описовими вважаються позначення, які прямо вказують на товар чи послугу, тобто є назвами товарів або послуг, або описують його складові чи інші характеристики; можливий результат або ціль використання цього товару чи послуги, його географічне походження тощо.

Описовість знака встановлюється одразу при першому зоровому або фонетичному його сприйнятті і не потребує певної гри уяви або додаткових досліджень і доказів. Перше зорове сприйняття позначення повинно однозначно (без додаткових доказів) створювати враження про те, що позначення вказує на товар (послугу) або на всі чи окремі (певні) його властивості (характеристики). Якщо для того, щоб сформулювати описову суть знака необхідні роздуми чи пояснення, то такий знак в цілому має розрізняльну здатність, тобто не може вважатися описовим. Такі знаки викликають лише певні асоціації про особливості товарів і/або послуг, але не описують їх прямо і, у певній мірі, потребують домислів від споживачів.

Описові позначення слід відрізнити від позначень, що викликають у свідомості споживача уявлення про вироблені товари через асоціації. Останнім може бути надана правова охорона. Так позначення не вважається описовим, якщо воно характеризує товар чи послугу опосередковано.

Заявлене на реєстрацію словесне позначення «Preppy» виконане оригінальним шрифтом рядковими літерами латиниці та подано на реєстрацію відносно товарів 25 та послуг 35 класів МКТП.

У додаткових матеріалах до заперечення вх. № 13569 від 29.08.2016 апелянтом було скорочено заявлений перелік товарів 25 класу МКТП до наступних «взуття; калоші; капці (пантофлі); підбори; пляжне взуття; полотняні туфлі та сандалі; протиковзові засоби для взуття; ранти до взуття; сандалі; сандалі для купання; спортивне взуття; спортивні туфлі; туфлі; устілки (до взуття); фітинги (обладунки) металеві до взуття; халяви чобіт; черевики; черевички із шнурками; чоботи».

Для встановлення того, чи є заявлене позначення описовим, колегія Апеляційної палати звернулася до доступних інформаційно-довідкових джерел і встановила наступне.

«Preppy» («преппи») (от англ. Preparatory – предварительное) – это стиль в одежде, произошедший от школьной формы учащихся «pre-college preparatory» – престижных колледжей, готовящих молодёжь к поступлению в элитные высшие учебные заведения и университеты. Стиль преппи характеризуется смесью делового стиля и smart casual и подразумевает опрятность, элитность и удобство (<https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%BF%D0%BF%D0%B8>).

В інших словниках також наведено, що «preppy» – це консервативний (про одяг), костюм янкі, витриманий, стильний, елегантний (<http://translate.academic.ru/preppy/en/ru/>).

Відповідно до електронного словника АБВУД Lingvo «preppy» перекладається як учень чи випускник приватної дорогої школи.

«Стиль preppy народився в середині 20-го століття в приватних елітних школах Америки. Звичайно, величезний вплив на формування цього стилю зробив той факт, що його «батьками» була еліта, а значить і одяг вони вибирали тільки вищої якості і провідних марок. З'явилися навіть окремі преппі – бренди: Ralph Lauren, Burberry, Lacoste, Vineyard Vines, Brooks Brothers, J. Crew, Lilly Pulitzer, Tommy Hilfiger і Gant. І сьогодні, незважаючи ні на що вони залишаються вірні собі.» (<http://elfina.com.ua/ua/blog/preppy-style>); «Preppy style – смесь делового стиля и smart casual. В повседневной жизни его предпочитают Джастин Тимберлейк, Кейт Миддлтон, Эд Вествик, Оливия Палермо, Джонни Депп, Уилл Смит, Кейт Мосс, Алисия Сильверстоун, Блейк Лайвли, Роберт Паттинсон, Гвинет Пэлтроу и др.» (<http://yomoyo.com.ua/about/blog/110-preppy-style>) «Составляющие элементы стиля: оксфордские рубашки, поло, тройки из хлопка, яркие укороченные брюки, платья спортивного кроя и чиносы пастельного цвета. Обувь предпочтительна без каблука. Стиль преппи также используется в классической форме одежды в некоторых видах спорта, таких как гольф, сквош, теннис и лакросс.»-(<http://in-image.ru/fashiondictionary.html>);

«Преппи. Черты стиля: ... обувь – мокасины, лоферы, балетки, оксфорды, дерби, броги, топсайдеры, туфли на невысоком каблуке.» (<https://wiki.wildberries.ru/styles/%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%BF%D0%BF%D0%B8>).

Проаналізувавши семантичне значення заявленого позначення «*преппу*» та заявлений перелік товарів та послуг, колегія Апеляційної палати вважає, що заявлене позначення «*преппу*» не є описовим для заявлених товарів 25 та послуг 35 класу МКТП, оскільки не є позначенням, що вказує на вид, якість, склад, кількість, властивості, призначення, цінність товарів і послуг, місце і час виготовлення чи збуту товарів або надання послуг.

Разом з тим, відповідно до абзацу третього пункту 2 статті 6 Закону не можуть одержати правову охорону також позначення, які складаються лише з позначень, що є загальноновживаними термінами.

Загальноновживаний термін – це слово, словосполучення або вислів, що застосовується та використовується всіма і означає чітко окреслене спеціальне поняття якої-небудь галузі науки, техніки, мистецтва, суспільного життя тощо та вживається в тому чи іншому середовищі, на певній території, людьми певного фаху.

Як вбачається зі сторінок з мережі Інтернет поняття *преппу* (*преппі*) є назвою стилю в сфері моди (модній індустрії) та тривалий час вживається (використовується) у згаданій сфері як у світі так і в Україні.

Так, вивчення стилю *преппі* включається до програми курсів в сфері модної індустрії (сайт Харківського учбового центра «Світ Краси» - http://www.svitkrasy.com/index.php?task=show_news_item&item=20).

Знайомлять з цим стилем на сторінках не лише спеціалізованих модних видань, а й на різних сайтах, пов'язаних з модою та стилем, (<http://vogue.ua/article/formen/shopping/o-chem-govoryat-muzhchiny-dmitriy-evenko-i-drugie-o-shopinge.html>; <http://bit.ua/2014/02/adidas-originals-vypustyl-novuyu-vesenne-letnyuyu-kollektsiyu-blue-collection/>: «Adidas Originals представил новую, премиальную, коллекцию одежды весна-лето 2014 под названием «Blue collection» Женское направление коллекции объединяет лаконичный повседневный образ и яркие контрастные детали в стиле PREPPY», «Замшевые чулки идеально подходят для многослойных комплектов в стиле *preppu*» - <http://elle.ua/moda/garderob/over-the-knee-boots/>; сайт Академії Андре Тана: «Основи стилю від перших леді/Саманта Камерон. Образ дружини прем'єр-міністра Великої Британії Девіда Камерона Саманти витриманий в найкращих традиціях стилю *preppu* - <http://academy.andretan.com.ua/academy>).

Стилю *preppu* (*преппі*) присвячена значна кількість статей:

«Актуальный стиль *преппи* в интерпретации Томми Хилфигера» (<http://korrespondent.net/lifestyle/fashion/1613943-aktualnyj-stil-preppi-v-interpretacii-tommi-hilfigera>), в якій відомий кутюр'є розкриває історію виникнення модного стилю *preppu* серед студентів престижних американських

коледжей, зокрема зазначається про те, що цей стиль відноситься не тільки до одягу, але й до взуття також.

«Модный стиль преппи» (<http://edinstvennaya.ua/view/4916>) «Выбирай преппи стиль в одежде. Предметы преппи-гардероба. Преппи-аксессуары»;

«Preppy style – стиль для золотой молодежи» – стаття 2013 року, в якій наводяться елементи цього стилю, зокрема: «Обувь: балетки, лодочки, жокейские сапоги, броги, лоферы» (<http://on-style.com.ua/preppy-style-zolotaya-molodezh/#more-1024>)

«Стиль одягу. Стиль життя», м. Рівне (<http://infomisto.com/uk/rivne/idei/vsi/styl-odyagu-styl-jyttya>)

«CONTE колготы – Помните аккуратных школьников из американских фильмов – выглаженные сорочки, жилеты в ромбик, плиссированные юбочки? Все это классика стиля преппи, актуального в новом весенне-летнем сезоне. Цветные узорчатые колготки – обязательный аксессуар «школьного» стиля»; (<http://starlife.com.ua/posts/detskie-kolgotki-conte-kids-cl-11380.html>)

«Бренд Next выпустил отдельную коллекцию для учениц и учеников. Основу коллекции составили простые и аккуратные вещи в стиле преппи»;

Магазини (інтернет-магазини) одягу та взуття пропонують речі в стилі преппі:

«Что предлагает интернет магазин женской обуви Shoo.com.ua - используйте эту женскую обувь для того, чтобы примерить на себя стиль преппу» <http://shoo.com.ua/> ;

«Тем, кто предпочитает стиль casual, придется по вкусу коллекция ооджі в стиле преппу – стиле студентов элитных учебных заведений.» <http://skymall.ua/events/news/831-kollekciya-oodji-osen-014.html#.WCsiFNSLRkp>;

сайт Шафа.ua (<http://shafa.ua/women/kofty/dzhemperry/359226-zhiletka-tommy-hilfiger-hlopok-xs-s-stil-preppy-preppi>) містить таку об'яву: «Девушки, продаю замечательную жилетку Tommy Hilfiger. Деловой стиль, стиль «гольфистки», стиль Preppy».

Зі стилем «преппу» знайомляться також у навчальних та учбових закладах України. У 26 уроці книжки Лемешевої Н.А. «Образотворче мистецтво в нашому житті». (Лемешева Н.А. Образотворче мистецтво в нашому житті. 7 клас (за новим Державним стандартом базової і повної загальної середньої освіти). Книжка для вчителя, слайд-презентації до уроків образотворчого мистецтва, 7 клас». / Н.А. Лемешева. – Черкаси: Видавництво ЧОПОПП – 154 с.) наведено визначення стилю преппі (http://static.klasnaocinka.com.ua/uploads/editor/5098/407825/sitepage_11/files/kniga_om_v_nashomu_zhitti.pdf).

Проаналізувавши всі відібрані інформаційні джерела, колегія Апеляційної палати встановила, що термін «преппу» («преппі») входить до понятійного термінологічного апарату в індустрії моди. Індустрія моди – це особлива сфера людської діяльності з виготовлення, поширення й споживання

предметів, попит на які формується під впливом сезонних тенденцій моди (одяг, взуття, аксесуари, парфуми, косметика, тощо) (Fashion Industry: Мельник М.Т. Індустрія моди / Мирослав Мельник. – Київ, 2011. – 275с).

Виходячи з викладеного, колегія Апеляційної палати встановила, що позначення «preppy» є загальноновживаним терміном для товарів 25 класу та пов'язаних з ними послуг 35 класу МКТП.

Колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що викладення слова «preppy» у вигляді позначення «**Preppy**», представленого у заявці № m 2014 11851, не надає цьому позначенню достатньої розрізняльної здатності для того, щоби воно було могло виконувати функцію знака для товарів і послуг.

Разом з тим, відповідно до пункту С (1) статті 6^{quinquies} Паризької конвенції про охорону промислової власності, щоб визначити, чи може знак бути предметом охорони, необхідно враховувати всі фактичні обставини.

Згідно з абзацом другим пункту 4.3.1.8 Правил при прийнятті рішення про можливість реєстрації знака, який містить позначення, що зазначені в пункті 4.3.1.3 а), б), в), г) Правил, ураховуються всі відомості, що свідчать на користь реєстрації знака, зокрема, вимога заявника про застосування статті 6^{quinquies} Паризької конвенції і особливо тривалість використання знака, якщо відповідні відомості надані заявником.

Згідно з підпунктом в) пункту 4.3.1.3 Правил до таких позначень, у тому числі, відносяться позначення, що являють собою загальноновживані терміни.

На користь реєстрації та підтвердження тривалого використання заявленого позначення апелянтом надано такі документи:

- витяги з БД «Зареєстровані в Україні знаки для товарів і послуг» свідоцтв України № 146320 на знак «walker» та № 193570 на знак «md fashion (зобр.)», зареєстрованих на ім'я апелянта – ТОВ «ФЕШН РЕНТ»;

- роздруківки з веб-сайтів <http://walker.ua> та <http://md-fashion.com.ua> з товарами, маркованими позначенням «preppy»;

- виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань про діяльність апелянта;

- роздруківка з інформацією про історію мережі магазинів «WALKER»;

- роздруківка з веб-сайту журналу «Marie Claire» з інформацією про товари, що маркуються позначенням «preppy», та розповсюджуються через мережу магазинів «WALKER»;

- фотографії вітрин магазинів апелянта з продукцією, маркованою позначенням «preppy», в різних містах України; фотографії продукції, маркованою позначенням «preppy»;

- інформація про обсяги продажу товарів, зокрема, маркованих позначенням «preppy», через мережі магазинів «WALKER»;

- журнали моди «Marie Claire», «Cosmopolitan», журнал-часопис з рекламною інформацією про фірмові магазини апелянта за 2016 рік;
- роздруківки журналу «Добрые советы», рекламних статей в модних журналах «ELLE» та «OOPS» з фото літнього взуття апелянта, маркованого позначенням «rgerpu»;
- роздруківки рекламних плакатів апелянта з продукцією, маркованою позначенням «rgerpu», та рекламне фото фірмового магазину апелянта «WALKER», що було опубліковано в модних журналах «BAZAR» та «ELLE»;
- роздруківка «Презентації Маркетингової стратегії просування «WALKER» в 2016 році;
- інформація про спецпроект «Перевтілення» з зірками (спеціалізований захід JetSetter, організований спільно з мережею магазинів «WALKER»;
- інформація та фото вітрин нового магазину апелянта «WALKER»;
- роздруківка з веб-сайту фірмового магазину «WALKER» з новими сезонними товарами, маркованими позначенням «rgerpu», що пропонуються для продажу;
- рекламний буклет «rgerpu» з інформацією про нову колекцію чоловічого та жіночого взуття;
- копії договорів суборенди нежитлових приміщень, ліцензійних договорів щодо надання дозволу на використання знака «rgerpu, зобр» за свідоцтвом № 212480, договорів-доручення щодо продажу товарів під позначенням «rgerpu» між апелянтом та іншими юридичними особами;
- копії договорів суборенди нежитлових приміщень, договорів-доручення щодо продажу товарів під позначенням «rgerpu» між ПП «Мастер Профит» та іншими юридичними особами;
- копія акту приймання-передачі продукції від 14.07.2016 між апелянтом та ДП «Бурда-України» про передачу пари взуття, маркованої позначенням «rgerpu» для проведення розіграшу в проекті «Shoes First»;
- копія висновку державної санітарно-епідеміологічної експертизи Міністерства охорони здоров'я України № 05.03.02-03/5732 від 16.02.2015 щодо взуття, маркованого позначенням «rgerpu»;
- копія договору № 07-Р-14 від 15.07.2014 між апелянтом та ФОП Загладько В.П. на розробку ескізу знака для товарів і послуг «rgerpu»;
- фірмові пакети «WALKER мультибрендовий магазин взуття» та «WALKER multibrand shoes&bags store»;
- таблиця з кількістю відвідувачів магазинів «WALKER» в різних містах України у період 2011-2016 роки;
- графік динаміки відвідуваності магазинів «WALKER» у період 2011-2016 роки;
- діаграма розподілу за торговельними точками сумарної кількості відвідувачів магазинів «WALKER» у період 2011-2016 роки.

Колегія Апеляційної палати дослідила матеріали заперечення та зазначені

вище додаткові матеріали до заперечення та зазначає, що в зазначених документах міститься інформація зокрема, про рекламування магазину «WALKER», його вигляд та відвідуваність, а також про договори суборенди. Підтвердження використання апелянтом позначення «Ргеppу» міститься зокрема, у ліцензійних договорах та договорах-доручення про продаж товару та деяких скріншотах сторінок, датованих 2016 роком.

З огляду на вказане, колегія Апеляційної палати зазначає, що у наданих апелянтом документах не міститься підтверджень тривалого використання позначення «Ргеppу» на дату подання заявки, та вважає, що це позначення не набуло розрізняльної здатності як знак для скороченого переліку товарів 25 класу та заявленого переліку послуг 35 класу МКТП відносно особи апелянта.

За результатами розгляду заперечення, керуючись Законом України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», Регламентом Апеляційної палати ДСІВ, 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 Товариству з обмеженою відповідальністю «ФЕШН РЕНТ» у задоволенні заперечення.

2. Змінити рішення ДСІВ від 15.02.2016 про відмову в реєстрації знака за заявкою № т 2014 11851 в частині підстави для відмови, а саме: заявлене позначення для товарів 25 класу, наведених у скороченому переліку, та пов'язаних з ними послуг 35 класу МКТП складається лише з позначення, що є загальноновживаним терміном.

Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (Розділ II, ст. 6, п. 2).

Рішення набирає чинності з дати його затвердження наказом ДСІВ.

Головуючий колегії

О.С. Кулик

Члени колегії

О.О. Теньова

В.М. Ресенчук