

Додаток  
до наказу Міністерства економічного  
розвитку і торгівлі України  
17.08.2018 № 1152

**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>, e-mail: [meconomy@me.gov.ua](mailto:meconomy@me.gov.ua)

**Р І Ш Е Н Н Я**

17 липня 2018 року

Колегія Апеляційної палати Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Перевезенцева О.Ю. від 23.01.2018 № Р/7-18 у складі головуючого Падучака Б.М. та членів колегії Кулик О.С., Жмурко О.В., розглянула заперечення Товариства з обмеженою відповідальністю “Українська академія індустрії моди” проти рішення Міністерства економічного розвитку і торгівлі України (далі – Мінекономрозвитку) від 06.11.2017 про відмову в реєстрації знака для товарів і послуг “ODESSA FASHION WEEK” за заявкою № т 2016 02210.

Під час розгляду заперечення до уваги були взяті наступні документи:

- заперечення (вх. № ВКО/17-18 від 19.01.2018);
- копії матеріалів заявки № т 2016 02210;
- додаткові матеріали до заперечення – клопотання про залучення доказів від 07.03.2018 (вх. № ВКО /104-18 від 15.03.2018), клопотання про залучення доказів до матеріалів справи за запереченням від 16.03.2018, подані на засіданні;
- додаткові матеріали до заперечення – клопотання про залучення доказів до матеріалів справи за запереченням (вх. № ВКО /245-18 від 22.06.2018).

**Аргументація сторін**

На підставі висновку закладу експертизи 06.11.2017 Мінекономрозвитку прийнято рішення про відмову в реєстрації знака “ODESSA FASHION WEEK” за заявкою № т 2016 02210, оскільки для всіх заявлених послуг 35 та 41 класів Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП) заявлене позначення є схожим настільки, що його можна сплутати зі словесними знаками:

“FASHION WEEK” та “ТИЖДЕНЬ МОДИ”, раніше зареєстрованими в Україні на ім'я Товариства з обмеженою відповідальністю “ТИЖДЕНЬ МОДИ”, Україна (свідоцтво № 116102 від 25.12.2009 р., заявка № т 2008 06901

від 10.04.2008 р. та свідоцтво № 118473 від 25.02.2010 р., заявка № т 2008 06904 від 10.04.2008 р.), щодо споріднених послуг;

“ODESSA HOLIDAY FASHION WEEK” та “HOLIDAY FASHION WEEK”, раніше зареєстрованими в Україні на ім'я Товариства з обмеженою відповідальністю “ТИЖДЕНЬ МОДИ”, Україна (свідоцтво № 222992 від 27.02.2017 р., заявка № т 2015 16459 від 24.09.2015 р. та свідоцтво № 113781 від 26.10.2009 р., заявка № т 2008 06899 від 10.04.2008 р.), щодо споріднених послуг;

з комбінованими знаками “UKRAINIAN FASHION WEEK”, раніше зареєстрованими в Україні на ім'я Товариства з обмеженою відповідальністю “ТИЖДЕНЬ МОДИ”, Україна (свідоцтво № 167588 від 11.03.2013 р., заявка № т 2012 00856 від 23.01.2012 р. та свідоцтво № 107110 від 25.05.2009 р., заявка № т 2007 13624 від 16.08.2007 р.), щодо споріднених послуг.

Зазначення “ODESSA” не надає додаткової розрізняльної здатності заявленому позначенню, бо вказує виключно на місце надання послуг, що вказані у наведеному в матеріалах заявки переліку.

“ODESSA (кирилицею ОДЕСА, ОДЕССА) – місто обласного підпорядкування на чорноморському узбережжі України; адміністративний центр Одеської області; культурний, освітньо-науковий, туристичний та торговий осередок країни; найбільший морський торговий порт у країні; великий автомобільний та залізничний вузол.”

Закон України “Про охорону прав на знаки для товарів і послуг” (розд.ІІ, ст.6, п.3).

Мотивоване заперечення від 24.06.2016 р. проти вищезазначеної заявки щодо невідповідності наведеного в ній позначення умовам надання правової охорони, яке подало до закладу експертизи Товариство з обмеженою відповідальністю “ТИЖДЕНЬ МОДИ” (Україна).

<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%B4%D0%B5%D1%81%D0%B0>

Пункт 3 статті 6 Закону України “Про охорону прав на знаки для товарів і послуг”.

Апелянт – Товариство з обмеженою відповідальністю “Українська академія індустрії моди” не погоджується з рішенням про відмову в реєстрації знака “ODESSA FASHION WEEK” за заявкою № т 2016 02210, вважає, що рішення прийнято без урахування всіх обставин справи та наводить наступні доводи.

Заявлене позначення незважаючи на схожість окремих елементів, в цілому не є таким, що асоціюється з протиставленими знаками, а асоціюється виключно з діяльністю апелянта. Апелянт зазначає, що заявлене позначення має суттєві відмінності, а також характер використання, який виключає можливість його сплутування з протиставленими знаками.

Апелянт посилається на рішення Господарського суду міста Києва від 16.08.2017 у справі № 910/13539/16, згідно з яким свідоцтво № 116102 визнано частково недійсним для послуг 35 класу МКТП (“*влаштування і провадження конкурсів і показів мод на комерційні або рекламні потреби*”) та послуг 41 класу

МКТП (*“влаштування і провадження ... шоу показів мод; телевізійні і радіопередачі, тематика яких пов’язана з модою; підготування, організація і провадження показів мод; інформування щодо різноманітних культурних і розважальних заходів, пов’язаних із модою”*) та зазначає, що словосполучення *“FASHION WEEK”* не будучи терміном науковим або технічним є професіоналізмом – загальноживаним терміном у певній сфері діяльності, в даному випадку в галузі індустрії моди. Крім цього апелянт наводить перелік зареєстрованих в Україні знаків для товарів і послуг, що містять у своєму складі словесний елемент *“FASHION WEEK”*, перелік міжнародних реєстрацій знаків зареєстрованих в різних країнах-учасниках Мадридської угоди про міжнародну реєстрацію знаків, а також посилається на заходи, які проводяться в Україні різними організаторами на постійній основі та зазначає, що словосполучення *“FASHION WEEK”* є таким, що часто використовується різними власниками у складі знаків, зареєстрованих відносно послуг 35 й 41 класів МКТП.

На підставі викладеного, апелянт вважає, заявлене позначення не схоже з протиставленими знаками саме завдяки своєму графічному виконанню. Апелянт також зауважує, що заявлене позначення використовується ним з 2015 року.

У зв’язку з цим, апелянт просить колегію застосувати підпункт (1) пункту С статті 6<sup>quinquies</sup> Паризької конвенції про охорону промислової власності, який вказує на те що, щоб визначити, чи може бути знак предметом охорони, необхідно враховувати усі фактичні обставини, особливо тривалість застосування знака, відмінити рішення Мінекономрозвитку від 06.11.2017 та зареєструвати позначення за заявкою № т 2016 02210 відносно скороченого переліку послуг 35 класу (демонстрування товарів, надавання онлайн-торговельних майданчиків для покупців та продавців товарів та послуг, організування виставок на комерційні або рекламні потреби, організування показів мод на рекламні потреби, організування ярмарок на комерційні або рекламні потреби, послуги манекенників для рекламування або сприяння продажам, прокат білбордів (рекламних щитів), прокат рекламних матеріалів, прокат торговельних стендів, радіорекламування, рекламування, рекламування через комп’ютерну мережу в режимі онлайн, розповсюдження рекламних матеріалів, розробка рекламних матеріалів, створювання рекламних матеріалів, телевізійне рекламування телемаркетингові послуги) та 41 класу МКТП (викладання/освітні послуги, влаштування і проведення конференцій, влаштування і проведення концертів, влаштування і проведення семінарів, влаштування і проведення симпозіумів, надавання музейних послуг (презентації, виставки), організування виставок на культурні або освітні потреби, організування показів мод на розважальні потреби, планування вечірок (розваги), публікування електронних книжок та журналів в режимі он-лайн, створювання радіо - і телевізійних програм, телевізійні передачі розважальні, фотографування).

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

Позначення “ODESSA FASHION WEEK” за заявкою № т 2016 02210 є словесним позначенням, виконаним стандартним шрифтом великими літерами латиниці, складається з трьох словесних елементів “ODESSA”, “FASHION” та “WEEK”. Позначення заявлено у чорному і темно-сірому кольорах. Словесні елементи “ODESSA” і “WEEK” виконані у чорному кольорі, між ними розташований словесний елемент “FASHION”, який виконано у темно-сірому кольорі. Позначення заявлено для послуг 35 та 41 класів МКТП.



Зображення заявленого позначення за заявкою № т 2016 02210

Знаки, що протиставлені закладом експертизи, як такі щодо яких заявлене позначення є схожим настільки, що його можна сплутати, зареєстровані за такими свідоцтвами:

свідоцтво № 116102 – знак «FASHION WEEK» та свідоцтво № 118473 – знак «ТИЖДЕНЬ МОДИ» зареєстровані відносно товарів 24, 25 та послуг 35, 41, 45 класів МКТП та являють собою словесні позначення виконані стандартним шрифтом літерами латиниці та кирилиці, відповідно;

свідоцтво № 222992 – знак “ODESSA HOLIYDAY FASHION WEEK” зареєстрований відносно товарів 16 та послуг 35, 41 класів МКТП є словесним позначенням, виконаним стандартним шрифтом літерами латиниці;

свідоцтво № 113781 – знак “HOLIYDAY FASHION WEEK” є словесним позначенням, виконаним стандартним шрифтом літерами латиниці, зареєстрований відносно товарів 24, 25 та послуг 35, 41, та 45 класів МКТП;

свідоцтво № 167588 – знак “ukrainian fashion week, зобр.” є комбінованим позначенням, що складається із словесного елемента “ukrainian fashion week”, виконаного стандартним шрифтом літерами латиниці і зображувального елемента, розташованого ліворуч від словесного елемента, що нагадує клубочок ниток. Знак зареєстровано у чорному, темно-червоному, бордовому та чорному кольорах відносно товарів 16 та послуг 35, 41 класів МКТП;



Зображення знака за свідоцтвом № 167588

свідоцтво № 107110 – знак “ukrainian fashion week, зобр.” є комбінованим позначенням, що складається із словесного елемента “ukrainian fashion week”,

виконаного стандартним шрифтом літерами латиниці і зображувального елемента розташованого по центру над словесним елементом у вигляді стилізованої вишеньки. Знак зареєстровано у бордовому, зеленому та чорному кольорах відносно товарів 16, 25 та послуг 35, 41 класів МКТП;



### Зображення знака за свідоцтвом № 107110

Станом на дату прийняття рішення за запереченням свідоцтво № 116102 – знак «FASHION WEEK» визнано недійсним частково відносно послуг 35 класу МКТП – “влаштування і провадження конкурсів і показів мод на комерційні або рекламні потреби” та послуг 41 класу МКТП – “влаштування і провадження шоу показів мод; телевізійні і радіопередачі, тематика яких пов’язана з модою; підготування, організація і провадження показів мод; інформування щодо різноманітних культурних і розважальних заходів, пов’язаних із модою”. Публікація у офіційному бюлетені “Промислова власність” № 20 від 25.10.2017.

Дію свідоцтва на знак № 107110 припинено у зв’язку з несплатою збору за продовження строку дії. Публікація у офіційному бюлетені “Промислова власність” № 6 від 26.03.2018.

Згідно з пунктом 3 статті 6 Закону України “Про охорону прав на знаки для товарів і послуг” (далі – Закон) 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.

З метою встановлення чи є заявлене позначення тотожним або схожим настільки, що його можна сплутати з протиставленими закладом експертизи знаками, колегією Апеляційної палати проведено дослідження заявленого позначення та знаків за свідоцтвами №№ 116102, 118473, 222992, 113781 та 167588 згідно з пунктами 4.3.2.4 – 4.3.2.6 Правил складання, подання та розгляду заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг, затверджених наказом Державного патентного відомства України від 28.07.1995 № 116 в редакції наказу Державного патентного відомства України від 20.09.1997 № 72 із змінами, внесеними наказом Міністерства освіти і науки, молоді та спорту від 14.06.2011 № 578 (далі – Правила).

З огляду на те, що апелянтом у запереченні та під час розгляду в апеляційному засіданні було заявлено про скорочення переліку послуг 35 та 41 класів МКТП, то розгляд заперечення здійснювався колегією з урахуванням такого скорочення, а також правових обставин, що склалися на дату прийняття рішення.

Пунктом 4.3.2.4 Правил встановлено, що позначення вважається схожим настільки, що його можна сплутати з іншими позначеннями, якщо воно асоціюється з ним в цілому, незважаючи на окрему різницю елементів.

Згідно з пунктом 4.3.2.6 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.

При порівнянні позначень береться до уваги загальне зорове сприйняття позначень в цілому.

Під час експертизи словесних позначень увага звертається в першу чергу на їх схожість, а не на їх різницю, оскільки саме схожі елементи призводять до сплутування знаків.

При оцінці схожості комбінованих позначень визначається схожість як усього позначення в цілому, так і його складових елементів з урахуванням значимості положення, яке займають тотожні або схожі елементи в цьому позначенні.

Порівняння заявленого словесного позначення “ODESSA FASHION WEEK” за заявкою № т 2016 02210 та протиставлених йому словесних і комбінованих знаків вказує на фонетичну схожість спільного словесного елемента “FASHION WEEK” у знаках за свідоцтвами №№ 116102, 222992, 113781 та 167588 та словесного елемента “ODESSA” у знакові за свідоцтвом № 222992. Заявлене позначення не має спільних словесних елементів зі знаком за свідоцтвом № 118473, тому фонетично вони не є схожими.

Візуальна, (графічна) схожість позначень встановлюється за результатами оцінки загального зорового враження; виду шрифту; графічного відтворення (написання) з урахуванням характеру літер (друковані або письмові, заголовні або рядкові); розташування літер по відношенню одна до одної, алфавіту, літерами якого написане слово; кольору або поєднання кольорів.

Графічне виконання заявленого позначення та протиставлених знаків за свідоцтвами №№ 116102, 118473, 222992, 113781 та 167588 має певні відмінності, до яких можна віднести розмір літер, вид шрифту, взаємне розташування літер, наявність зображувальних елементів та кольорове оформлення, які в цілому справляють різне зорове сприйняття порівнюваних позначень.

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

Колегія Апеляційної палати звернулась до інформаційно-довідкових джерел для встановлення семантики заявленого позначення та протиставлених знаків.

Відповідно до Нового англо-українського словника<sup>1</sup> (далі – словник) словесні елементи, що складають досліджувані позначення мають наступні визначення: fashion – 1) мода; фасон; стиль;

holiday – 1) свято; день відпочинку; 2) відпустка; 3) канікули;

---

<sup>1</sup> Новий англо-український словник - К.: Чумацький шлях, 2000.- 700 с.

week – тиждень;

Ukrainian – 1) українець; українка; 2) український.

Великий електронний багатомовний словник “Multitran”<sup>2</sup> містить таке визначення словосполучення «fashion week» з англійської мови – общ. – неделя моди.

Колегія Апеляційної палати звернулася до всесвітньої мережі Інтернет та зазначає, що визначення словосполучення «тиждень моди» наведено на порталі електронної енциклопедії – Вікіпедія – Тиждень моди — подія в індустрії моди, що триває біля тижня, призначена для того, щоб дизайнери або “будинки” моди мали можливість продемонструвати свої колекції, а глядачам дати можливість оцінити тенденції у світі моди, перш за все, можливість побачити, що в моді у даному сезоні. Найвідоміші тижні моди проводяться в традиційних «столицях моди», Мілані, Парижі, Лондоні та Нью-Йорку, з недавнього часу до них приєдналися багато інших.<sup>3</sup>

Крім цього, згаданий електронний ресурс також містить статтю щодо “ODESSA FASHION WEEK” Odessa Fashion Week (укр. Одеський Тиждень Моди) - перший професійний тиждень моди в Одесі, який побудовано на професійних принципах організації тижнів мод, прийнятих у світовій fashion-індустрії та включає в себе багаторівневу програму просування модних брендів на вітчизняні та міжнародні ринки й має важливе значення для розвитку fashion-індустрії Південно-Східного регіону і України в цілому<sup>4</sup>.

За результатами порівняльного аналізу заявленого позначення та протиставлених знаків за свідоцтвами №№ 116102, 222992, 113781 та 167588 колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що досліджувані позначення мають фонетичну схожість.

Виходячи із змісту наведених визначень словесних елементів, що входять до складу досліджуваних позначень та визначення понять “fashion week” і “тиждень моди”, всі позначення мають подібну ідею (певна подія в індустрії моди). Проте, колегія Апеляційної палати зазначає, що наявність у складі заявленого позначення словесного елемента “ODESSA” вказує на місце проведення відповідної події, що є характерним для вирізнення таких заходів.

У зв’язку з цим, колегія Апеляційної палати вважає, що заявлене позначення семантично вирізняється з поміж протиставлених знаків за свідоцтвами №№116102, 118473, 113781 та 167588 та є семантично схожим із знаком “ODESSA HOLIYDAY FASHION WEEK” за свідоцтвом № 222992.

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 та/або послуг.

<sup>2</sup> Електронний ресурс: [www.multitran.ru](http://www.multitran.ru)

<sup>3</sup> [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B8%D0%B6%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%8C\\_%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B8](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B8%D0%B6%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%8C_%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B8)

<sup>4</sup> [https://uk.wikipedia.org/wiki/Odessa\\_fashion\\_week](https://uk.wikipedia.org/wiki/Odessa_fashion_week)

При встановленні спорідненості товарів колегія Апеляційної палати враховувала те, що 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.

Колегія Апеляційної палати проаналізувала послуги 35 і 41 класів МКТП, щодо яких апелянт просить зареєструвати позначення і зареєстровані протиставлені знаки та зазначає, що ці послуги відносяться до одного роду і виду що й послуги, для яких зареєстровано протиставлені знаки за свідоцтвами №№ 118473, 222992, 113781 та 167588.

За результатами проведених досліджень колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що позначення “ODESSA FASHION WEEK” за заявкою № m 2016 02210 є схожим настільки, що його можна сплутати з протиставленим знаком за свідоцтвом № 222992, оскільки асоціюється з ним в цілому.

Колегія Апеляційної палати зауважує, що відповідно до положень статті 6<sup>quinquies</sup> С (1) Паризької конвенції про охорону промислової власності, щоб визначити, чи може бути знак предметом охорони, необхідно враховувати всі фактичні обставини, особливо тривалість застосування знака.

Наслідком використання на ринку різними особами тотожних або схожих настільки, що їх можна сплутати, знаків відносно таких самих або споріднених товарів (послуг) є можливість введення в оману споживача щодо особи, яка виробляє такі товари (надає послуги), тобто помилкова ідентифікація споживачем виробника товарів (надавача послуг).

З метою з'ясування того, чи є підстави вважати, що заявлене позначення, у разі його використання як знака відносно скороченого переліку послуг 41 класу МКТП, може ввести споживачів в оману щодо особи, яка надає послуги, колегія Апеляційної палати дослідила надані апелянтом додаткові матеріали та усі фактичні обставини, що свідчать на користь реєстрації знака.

Так, для підтвердження факту використання заявленого позначення, апелянтом надано такі матеріали:

- копія договору надання рекламних послуг № 03 від 07.09.2015 між Українською Академією Індустрії Моди в особі Генерального директора Семенюк З.І. та Косминською В.О.;

- копія договору надання рекламних послуг № 05 від 08.09.2015, між Українською Академією Індустрії Моди в особі Генерального директора Семенюк З.І. та Субирьовою Л.О.;

- копія договору надання рекламних послуг № 08 від 09.09.2015, між Українською Академією Індустрії Моди в особі Генерального директора Семенюк З.І. та Костенко Т.Г.;

- копія договору надання рекламних послуг № 09 від 09.09.2015, між Українською Академією Індустрії Моди в особі Генерального директора Семенюк З.І. та Унтеровою Є.Є.;



- копія договору надання рекламних послуг № 10 від 16.09.2015, між Українською Академією Індустрії Моди в особі Генерального директора Семенюк З.І. та Дерменжи З.Ф.;
- копія договору надання рекламних послуг № 11 від 08.09.2015, між Українською Академією Індустрії Моди в особі Генерального директора Семенюк З.І. та Береговою О.Г.;
- копія договору надання рекламних послуг №12 від 21.09.2015, між Українською Академією Індустрії Моди в особі Генерального директора Семенюк З.І. та Чаудер Т.А.;
- копія договору надання рекламних послуг № 14 від 24.09.2015, між Українською Академією Індустрії Моди в особі Генерального директора Семенюк З.І. та Шапошниковою Н.П.;
- копія договору надання рекламних послуг № 29 від 29.09.2015, між Українською Академією Індустрії Моди в особі Генерального директора Семенюк З.І. та Киселевим А.П.;
- копія договору надання рекламних послуг № 30 від 30.09.2015, між Українською Академією Індустрії Моди в особі Генерального директора Семенюк З.І. та Вахромєєвою І.В.;
- копія договору надання рекламних послуг № 31 від 14.10.2015, між Українською Академією Індустрії Моди в особі Генерального директора Семенюк З.І. та Арутюнян Є.В.;
- копія договору надання рекламних послуг № 35 від 19.01.2016, між Українською Академією Індустрії Моди в особі Генерального директора Семенюк З.І. та Гуляєвим Д.Ю.;
- оригінали запрошень та розкладу заходу на 16-18.10.2015, 07.04-10.04.2016, 01-04.10.2016, 07.10.2016, 22-26.03.2017, 15-17.07.2017, 05-09.10.2017, 21-25. 03.2018;
- копія видаткової накладної № 113 від 28.09.2015 - друк запрошень у кількості 10 000 шт.;
- копія видаткової накладної № 114 від 28.09.2015 р. - друк афіш у кількості 4000 шт.;
- копія видаткової накладної № 2620 від 06.10.2015 - виготовлення паперових пакетів з логотипом Odessa Fashion Week у кількості 50 000 шт.;
- оригінал Пакету з логотипом Odessa Fashion Week;
- копія видаткової накладної №241 від 28.02.2016 - друк афіш А1 у кількості 1500 шт.;
- лист-відзив Олени Годись (Elena GODIS) від 06.06.2018 - дизайнера-учасника усіх VII сезонів Odessa Fashion Week, починаючи з першого сезону, який відбувся у жовтні 2015 р.;
- лист-відзив від іноземного учасника - бренду IONEL, який приймав участь у показах 01.10.2016 р.;
- лист-відзив від дизайнера-учасника Наталії Бикової (бренд MISS DM), який приймав участь з другого сезону, який відбувся 07-10.04.2016 по сьомий сезони Odessa Fashion Week (21- 25.03.2018).;

- лист-відзив від дизайнера-учасника Анастасії Томашевської (бренд TOMASHEVSKY), яка приймає участь з першого сезону Odessa Fashion Week, який відбувся 15-18.10.2018;

- лист від Одеської обласної державної адміністрації, що підтверджує надання статусу заходу Odessa Fashion Week, який відбувся 01-07.10.2016 “за підтримки Одеської обласної державної адміністрації” від 09.08.2016;

- примірник журналу Business Zavarnik, листопад 2015р., тираж 10000 екз., стор. 88-94;

- примірник журналу Ukrainian Fashion Academy, № 2, зима 15-16, тираж 5000 екз., стор. 68- 81 та 4 стор. обкладинки;

- примірник журналу Business Zavarnik, квітень 2016р., тираж 10000 екз., стор. 120-123;

- примірник журналу Ukrainian Fashion Academy, № 4, літо 2016р., тираж 5000 екз., стор. 96-107;

- примірник журналу Ukrainian Fashion Academy, № 6, березень 2017р., тираж 5000 екз., стор. 96-107 та 4 стор. обкладинки;

- примірник журналу Ukrainian Fashion Academy, № 7, липень 2017р., тираж 5000 екз., стор. 70- 84, 94-95 та 4 стор. обкладинки;

- примірник журналу Ukrainian Fashion, № 8, вересень 2014, тираж 10000 екз., стор. 58-67 та 4 стор. обкладинки;

- примірник журналу “Деньги плюс”, № 11, листопад 2017р., тираж 63000 екз., стор. 90-91. Фотозвіт з першого заходу Odessa Fashion Week, який відбувся 15-18.10.2015.

- кольорові роздруківки скріншотів з електронного ресурсу Youtube, відеоматеріалів з 01.10.2015 з зображенням заявленого позначення.

- датована 16.10.2015 публікація електронного інформаційного видання “Думская”, присвячена заходу Odessa Fashion Week 2015 року;

- датована 17.10.2016 публікація в електронній версії видання “L'Officiel” під назвою “ODESSA FASHION WEEK УКРЕПЛЯЕТ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ”, присвячена заходу Odessa Fashion Week 2016 року;

- датована 28.03.2017 публікація у електронному виданні «Культурометр» в “Одессе состоялся Odessa Fashion Week”;

- датована 27.03.2017 публікація у електронному виданні “Ukrainian Fashion” “22-26 марта состоялся новый яркий сезон Odessa Fashion Week FW 2017-18”;

У запереченні та під час розгляду в апеляційному засіданні апелянт зазначав, що крім послуг, безпосередньо пов’язаних з організацією показів моди (тижнів моди), апелянтом надаються освітні та інформаційні послуги в галузі моди з використанням засобів масової інформації. На підтвердження вказаного апелянтом надані такі матеріали:

- роздруківка з офіційного сайту заходу ODESSA FASHION WEEK рекламної публікації від 16.10.2015 “Мастер-класс: “Поиск идей и вдохновения для создания Fashion коллекции””;

- роздруківка з офіційного сайту заходу ODESSA FASHION WEEK рекламної публікації від 18.10.2015 “Мастер-клас: “fashion-реклама: теория, практика и украинские реалии”;

- роздруківка з офіційного сайту заходу ODESSA FASHION WEEK рекламної публікації від 18.10.2015 “Мастер-клас: “Как сочетать несочетаемое или зачем нарушать “нерушимые” правила моды”;

- роздруківка з офіційного сайту заходу ODESSA FASHION WEEK інформаційної публікації “РЕПОРТАЖ ТЕЛЕКАНАЛА Ю FASHION - DABLONDATRA I IVAN FOTESKO”;

Колегією Апеляційної палати також взято до уваги відомості про репутацію апелянта та відзнаки його діяльності у зв'язку з наданням ним послуг під позначенням “ODESSA FASHION WEEK”, що підтвердженні документами:

- грамотою Одеської обласної державної адміністрації “За вагомий досягнення у професійній діяльності та особистий внесок у розвиток індустрії моди Одеської області”, 2016 р.;

- подякою Міністерства культури України “За сприяння у розвитку індустрії моди в регіоні, популяризацію професій модної індустрії та відкриття і підтримку молодих дизайнерів”, 2017 р.;

- почесною грамотою Голови Одеської міської ради “За сумлінну плідну працю, високий професіоналізм, вагомий внесок у розвиток міжнародних відносин в сфері індустрії моди та сприяння укріпленню міжнародного авторитету міста Одеси”, 2017 р.;

- дипломом Національного реєстру рекордів України за встановлення Рекорду: Найдовший подіум в Україні, 15.07.2017;

- подякою Міністерства молоді та спорту України Семенюк З.І. “За вагомий особистий внесок у реалізацію молодіжної політики, створення умов для творчого розвитку молоді, активну участь у популяризації української культури та залучення молоді до суспільно значущої діяльності”, 5 жовтня 2017 р., м. Київ;

- книгою “Національний реєстр рекордів України 2018” у яку увійшли одразу два рекорди України, які було встановлено в рамках Odessa Fashion Week: “Найдовший подіум в Україні” та “Наймолодший дизайнер одягу”, 14 грудня 2017 р., м. Київ.

Колегія Апеляційної палати вивчила надані апелянтом матеріали, а також відомості наявних у вільному доступі інформаційних джерел та констатує, що заявлене позначення вже до дати подання заявки почало використовуватися апелянтом. Із жовтня 2015 року і до цього часу активно використовується на території України відносно скороченого переліку послуг 35 і 41 класів МКТП.

Ураховуючи викладені обставини, зокрема, тривалість і обсяги використання заявленого позначення, характер надаваних послуг колегія Апеляційної палати дійшла висновку про відсутність можливості введення в оману споживача щодо особи, яка надає послуги, тобто помилкової ідентифікації споживачем надавача послуг та про наявність підстав для задоволення заперечення.

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

**в и р і ш и л а:**

1. Заперечення Товариства з обмеженою відповідальністю “Українська академія індустрії моди” задовольнити.

2. Рішення Мінекономрозвитку від 06.11.2017 про відмову в реєстрації знака для товарів і послуг “ODESSA FASHION WEEK” за заявкою № m 2016 02210 відмінити.

3. Зареєструвати, за умови сплати збору за публікацію відомостей про видачу свідоцтва та державного мита (адміністративного збору) за видачу свідоцтва, знак для товарів і послуг “ODESSA FASHION WEEK” за заявкою № m 2016 02210 відносно скороченого переліку послуг 35 і 41 класів МКТП, а саме:

35 клас МКТП – демонстрування товарів, надавання онлайнових торговельних майданчиків для покупців та продавців товарів та послуг; організування виставок на комерційні або рекламні потреби, організування показів мод на рекламні потреби; організування ярмарків на комерційні або рекламні потреби; послуги манекенників для рекламування або сприяння продажам, прокат білбордів (реklamних щитів); прокат рекламних матеріалів; прокат торговельних стендів; радіореklamування; рекламування; рекламування через комп’ютерну мережу в режимі онлайн; розповсюдження рекламних матеріалів; розробка рекламних матеріалів; створювання рекламних фільмів, телевізійне рекламування; телемаркетингові послуги;

41 клас МКТП – викладання (освітні послуги); влаштування і проведення конференцій; влаштування і проведення концертів; влаштування і проведення семінарів; влаштування і проведення симпозіумів; надавання музейних послуг (презентації, виставки); організування виставок на культурні або освітні потреби; організування показів мод на розважальні потреби; планування вечірок (розваги); публікування електронних книжок та журналів в режимі онлайн; створювання радіо - і телевізійних програм; телевізійні передачі розважальні; фотографування.

Рішення набирає чинності з дати його затвердження наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України.

Головуючий

Б. М. Падучак

Члени колегії

О. С. Кулик

О. В. Жмурко