

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ УКРНОІВІ
23.01.2026 № 15/2026



МІНЕКОНОМІКИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ОРГАН ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ
ДЕРЖАВНА ОРГАНІЗАЦІЯ
«УКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ОФІС
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ТА ІННОВАЦІЙ»
(УКРНОІВІ)
АПЕЛЯЦІЙНА ПАЛАТА

вул. Дмитра Годзенка, 1, м. Київ, 01601, тел.: +380 44 209-27-06, +380 67 501-05-95
e-mail: office@nipo.gov.ua, <https://www.nipo.gov.ua>, код згідно ЄДРПОУ: 44673629

Р І Ш Е Н Н Я

20 серпня 2025 року

Колегія Апеляційної палати УКРНОІВІ, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Білоцьким В. В. від 24.02.2025 № Р-АП/26-25, у складі головуєчого Горбик Ю. А. та членів колегії Ткачук Т. В., Кронда О. Ю., за участю секретаря засідання Лазарець І. М., розглянула заяву Луковкіної Ганни Василівни щодо визнання торговельної марки «Всі.Свої» добре відомою в Україні.

Представник заявника – Лисиця С. В.

Заява Луковкіної Ганни Василівни щодо визнання торговельної марки «Всі.Свої» добре відомою в Україні подана до Апеляційної палати 03.07.2019 на підставі пункту 1 статті 25 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (далі – Закон).

Подавець заяви – Луковкіна Г. В. (далі – заявник), просить визнати торговельну марку «Всі.Свої» добре відомою в Україні для послуг 35 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП), а саме: «демонстрування товарів, забезпечування інформацією в сфері підприємницької діяльності за допомогою веб-сайтів; надавання онлайн-ових торговельних майданчиків для покупців та продавців товарів і послуг; організовування виставок на комерційні або рекламні потреби; представлення

товарів на засобах інформування з метою роздрібного продажу; сприяння продажам для інших», станом на 01 січня 2018 року.

Позиція заявника щодо доброї відомості торговельної марки «Всі.Свої» ґрунтується на таких відомостях.

Заявник є засновницею найбільшого українського мультибрендового магазину «Всі.Свої» та власницею торговельної марки «Всі.Свої» за свідоцтвом № 210845 від 11.04.2016. Заявник розпочала свою діяльність у квітні 2015 року з організації першого в Україні маркету вітчизняних виробників під назвою «Всі.Свої». Ідея маркетів «Всі.Свої» полягає в тому, щоб створити комплексну платформу, на якій може бути представлено багато брендів з усієї України, на одній локації, але в рамках конкретної тематики.

Перший маркет «Всі.Свої» відбувся у квітні 2015 року. Заявник вперше в Україні в рамках проєкту «Всі.Свої» зібрала більше 80 вітчизняних виробників одягу та взуття на одній локації. Саме така концепція і є принциповою відмінністю проєкту «Всі.Свої» від інших фестивалів та ярмарків.

Командою проєкту «Всі.Свої» у період 2015-2019 було проведено 134 маркети. Загалом у проведених маркетах взяло участь 17 627 учасників, які є вітчизняними виробниками товарів широкого асортименту. Всі проведені маркети за весь час їх існування відвідало 2 424 730 осіб, а рекламу проєкту «Всі.Свої» щодо проведення маркетів переглянуло 18 029 426 осіб, що є майже половиною всього населення України. Заходи проєкту «Всі.Свої» широко рекламуються в мережі «Інтернет».

21.09.2016 у м. Київ, на вул. Хрещатик, 27, було відкрито магазин «Всі.Свої». Площа магазину складає 2 800 м². Відвідуваність магазину «Всі.Свої» складає від 50 000 до 70 000 осіб кожного місяця.

Станом на 2019 рік у магазині «Всі.Свої» було представлено 145 вітчизняних виробників одягу, взуття та аксесуарів з різних областей України: м. Київ, м. Одеса, м. Дніпро, м. Харків, м. Черкаси, м. Дрогобич Львівської області, м. Кривий Ріг, м. Івано-Франківськ, м. Полтава, м. Червоноград Львівської області, м. Вінниця, м. Рівне, м. Умань Кіровоградської області, м. Біла Церква Київської області, м. Бориспіль Київської області, м. Луцьк, м. Тернопіль, м. Житомир, м. Хмельницький, м. Бровари Київської області, м. Запоріжжя, м. Чернігів, м. Рівне, м. Кропивницький, м. Сміла Кіровоградської області.

26.09.2018 у м. Київ, по вул. Хрещатик, 34, було відкрито новий шопінг-простір «Всі.Свої Дім та Декор», де представлені товари для дому від 191 українського виробника. Відвідуваність магазину «Всі.Свої Дім та Декор» складає у середньому 30 432 особи на один календарний місяць. Вітрини магазину «Всі.Свої Дім та Декор» є артоб'єктом та частиною програми фестивалю «Французька весна в Україні».

Магазин «Всі.Свої Дім та Декор» номіновано журналом «Космополітан Україна» у номінації «Відкриття року 2019».

Заявник використовує також інтернет-магазин «Всі.Свої» за посиланням: vsi svoi.ua, де пересічний споживач може придбати одяг та аксесуари вітчизняного виробника. Інтернет-магазин було відкрито 04.04.2018.

Заходи проєкту «Всі.Свої» широко рекламуються в мережі «Інтернет». Найактивніше послуги із використанням торговельної марки рекламуються у соціальних мережах «Facebook» та «Instagram». За період 2015-2019 було проведено 630 рекламних кампаній.

У соціальній мережі «Facebook» заявник використовує 7 сторінок, де пересічний споживач не тільки з України, а й з усього світу може ознайомитися з асортиментом, а саме: сторінка «Всі.Свої Магазин» <https://www.facebook.com/vsi.svoi/>; сторінка «Всі.Свої Дім та Декор» <https://www.facebook.com/vsi.svoi.store/>; сторінка «Всі.Свої Гастрономія» <https://www.facebook.com/vsi.svoi.home.decor/>; сторінка «Всі.Свої Діти» <https://www.facebook.com/vsi.svoi.kids/>; сторінка «Всі.Свої D12» <https://www.facebook.com/vsi.svoi.dl2/>; сторінка «Всі.Свої Одяг, Взуття. Аксесуари» <https://www.facebook.com/vsi.svoi.fashion/>; сторінка «Всі.Свої Хрещатик, 34» <https://www.facebook.com/vsi.svoi.store.34/>.

У соціальній мережі «Instagram» заявник використовує 3 сторінки: сторінка «Всі.Свої» <https://www.instagram.com/vsi.svoi/>; сторінка «Всі.Свої Магазин» <https://www.instagram.com/vsi.svoi.store/>; сторінка «Всі.Свої Діти» <https://www.instagram.com/vsi.svoi.kids/>.

Заявник також здійснює рекламування послуг, які надаються із використанням торговельної марки «Всі.Свої», на радіостанціях України.

Крім того, з метою популяризації послуг, які надаються із використанням торговельної марки «Всі.Свої», заявник здійснив випуск рекламно-сувенірної продукції, яка розповсюджується серед відвідувачів маркетів та магазинів «Всі.Свої», а саме: було випущено 300 пледів; 500 склянок; 176 футболок; 186 світшотів; 1 000 наліпок.

Оскільки проєкти «Всі.Свої» є дуже популярними, діяльність маркетів, магазинів, інтернет-магазинів «Всі.Свої» постійно висвітлюється провідними українськими виданнями, які охоплюють всі верстви населення України.

На підтвердження високого ступеня відомості торговельної марки «Всі.Свої», заявник надала аналітичний звіт соціологічного дослідження за темою «Сприйняття вітчизняними споживачами торговельної марки «Всі.Свої», проведеного маркетинговою компанією «Український соціологічний стандарт» у період з 01.07.2018 по 20.12.2018, за результатами якого: 33 % респондентів загалом впізнають знак, 60 % правильно визначають його як такий, що стосується просування товарів вітчизняних брендів, більшість дізналися про нього протягом останніх двох років, а також не плутають його з іншими торговельними марками.

Проєкт «Всі.Свої» організовує унікальні маркети вітчизняних виробників на всій території України, зокрема в Києві та інших містах, де заходи проходять на постійній основі з урахуванням тематики та релевантності асортименту, а

також активно розвивається, зокрема шляхом відкриття магазинів у торгових центрах.

На підтвердження доброї відомості торговельної марки «Всі.Свої» щодо товарів і послуг, для яких вона використовується, заявник надав такі документи:

- 1) виписка з державного реєстру свідоцтв на знаки для товарів і послуг щодо відомостей про свідоцтво України на знак для товарів і послуг № 210845;
- 2) таблиця, яка містить перелік з 437 вітчизняних виробників одягу, які у 2019 році взяли участь у маркетах, на яких були представлені одяг, взуття та аксесуари вітчизняного виробництва;
- 3) таблиця, яка містить перелік з 288 вітчизняних виробників предметів для дому та декору, які взяли участь у маркетах у 2019 році;
- 4) таблиця, яка містить перелік з 238 вітчизняних виробників харчових продуктів, які взяли участь у маркетах у 2019 році;
- 5) таблиця, яка містить перелік з 276 вітчизняних виробників товарів для дітей, які взяли участь у маркетах у 2019 році;
- 6) звіт системи підрахунку «ClientsCounters» від 25.04.2019 стосовно кількості відвідувачів магазину «Всі.Свої» по вул. Хрещатик, 27, у м. Київ, за період з 01.01.2017 по 01.04.2019;
- 7) роздруківка із інтернет-журналу «ELLE»;
- 8) таблиця, яка містить інформацію про вітчизняних виробників, які представлені в магазині «Всі.Свої» по вулиці Хрещатик, 27, у м. Київ;
- 9) таблиця, яка містить перелік з 191 вітчизняного виробника товарів для дому та декору, які представлені в магазині «Всі.Свої Дім та Декор»;
- 10) статистика відвідуваності магазину «Всі.Свої» по вулиці Хрещатик, 34, у м. Київ;
- 11) таблиця рекламних кампаній «Всі.Свої»;
- 12) роздруківки зі сторінок «Facebook»;
- 13) довідка ТОВ «Телерадіокомпанія РАДІО-ЕРА» від 11.02.2020 вих. № 232/20 стосовно реклами на радіо НВ, у програмі «На перспективу» у темі «Як поширити українські ремесла, автентичну культуру та залучити європейських дизайнерів в Україну»; ефірна довідка ТОВ «Аристократи» від 04.02.2019 стосовно реклами на радіо «Аристократи» у програмі ранкового шоу «Осінь голосів»; ефірна довідка ТОВ «ТРК «ІНТЕРРАДІО» від 12.02.2020 № 11202 стосовно реклами на телеканалі «4 канал», випуск присвячений «Шкільному маркету» від проєкту «Всі.Свої», реклами на телеканалі «4 канал», випуск присвячений відкриттю магазину «Всі.Свої Дім та Декор», реклами на телеканалі «4 канал», інтерв'ю із стилісткою магазину «Всі.Свої»; реклами на каналі «Україна»;
- 14) звіт щодо витрат на рекламу;
- 15) роздруківка головної сторінки інтернет-магазину товарів українського виробника «vsisvoi.ua»;
- 16) роздруківки із соціальних мереж «Facebook» та «Instagram»;

17) роздруківки із міської інтернет-газети «The Village Україна»; роздруківки з українських видань журналів «Marie Claire», «Cosmopolitan»; роздруківки з видань «Наш Київ», «Хочу», «UaUa.Info», «ЕІе» «WoMo» «Pink», «Твій малюк»; роздруківки з порталів «Хочу», «AlwaysBusyMama»; роздруківки з жіночого інформаційного інтернет-видання «Clutch.ua»; роздруківки із сайту інформаційно-розважальної платформи «UaModna»; роздруківки із сайтів «bit.ua», «thedevochki.com», «L'Officiel Україна»; роздруківки із онлайн-журналу «The Ukrainians»; роздруківки із інтернет-порталу жіночого журналу «Ivona»; роздруківки з інтернет-порталу «Lady.tochka.net»; роздруківки з інтернет-видання «ukrainky.com»; роздруківки із жіночого сайту «Edinstvennaya.ua»;

18) витяги рейтингів «100 найвпливовіших жінок України» журналу «Фокус» за 2017-2018 роки, МС Today «50 підприємців 2018 року»; «Топ 100 успішних жінок України» за версією журналу «Новое время», ділового медіавидання, присвяченого ринку інвестицій «InVenture»; «Відкриття року 2016» журналу «Космополітан Україна»;

19) роздруківки інтерв'ю із Луковкіною Г. В. із видань «The point», «Wizz», «Digital Журнал»;

20) роздруківки із офіційного вебсайту Асоціації ритейлерів України; роздруківки з офіційного сайту конференції «Creative Economy Days-2018. Сила гравців»;

21) фотографії магазинів «Всі.Свої», реклама магазинів «Всі.Свої»;

22) аналітичний звіт соціологічного дослідження за темою «Сприйняття вітчизняними споживачами торговельної марки «Всі.Свої», проведеного маркетинговою компанією «Український соціологічний стандарт»;

23) довідка щодо обсягів реалізації послуг, відносно яких застосовується торговельна марка «Всі.Свої», складена ТОВ «АВІОН ГРУП» за період 2017-2018;

24) витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань стосовно ТОВ «АВІОН ГРУП», наданий на запит № 1005490750 станом на 27.06.2019;

25) зображення торговельної марки.

18.02.2020 від заявника надійшли додаткові письмові пояснення, в яких, зокрема, заявник просив змінити дату, на яку просить визнати торговельну марку «Всі.Свої» добре відомою в Україні, а саме станом на 01.01.2020. Також від заявника надійшли додаткові матеріали до заяви про визнання торговельної марки «Всі.Свої» добре відомою в Україні, а саме:

1) копії витягів з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань стосовно ТОВ «ОЛІНЕКС» та ТОВ «РІКСТЕН», наданих на запити від 18.02.2020 № 1006351427 та № 1006351469;

2) копія виписки з державного реєстру прав на нерухоме майно від 18.02.2020 № 200705709;

3) лист від ТОВ «Локал» від 17.02.2020;

4) листи українських виробників про співробітництво від 12.02.2020, 13.02.2020;

5) звіт Google AdWords;

6) звіт аналітичної програми Google щодо відвідувачів офіційного вебсайту «Всі.Свої»;

7) лист Луковкіної Г. В. з інформацією щодо середньої кількості відвідувачів маркетів «Всі.Свої».

06.07.2020 від заявника надійшли додаткові пояснення до заяви з додатковими матеріалами про визнання торговельної марки «Всі.Свої» добре відомою в Україні, а саме:

1) звіт Google analytics за період з 01.04.2018 по 31.01.2020;

2) копії договорів на презентацію товарів від 15.09.2029 № 150/25/1, від 01.06.2020 № 267/25/1, від 01.06.2020 № 265/25/1, від 20.08.2019 № 128/25/1, від 21.11.2019 № 236/25/1, від 20.08.2019 № 113/25/1, від 30.08.2019 № 184/25/1, від 20.08.2019 № 134/25/1, від 20.08.2019 № 98/25/1, від 20.08.2019 № 222/25/1, від 01.06.2019 № 47/1, від 01.06.2019 № 35/1, від 01.06.2019 № 16/1, від 01.06.2019 № 5/1, від 01.06.2019 № 180/1, від 16.04.2019 № 103/1, від 01.06.2019 № 93/1, від 01.06.2019 № 70/1, від 01.06.2019 № 63/1, від 01.06.2019 № 60/1, від 01.06.2019 № 59/1, від 01.06.2019 № 18/1, від 16.11.2019 № 224/1, від 15.05.2019 № 44/1, від 01.06.2019 № 196/1, від 01.06.2019 № 149/1, від 01.06.2019 № 168/1, від 01.06.2019 № 130/1, від 01.06.2019 № 173/1, від 01.06.2019 № 118/1;

3) роздруківка публічної оферти для участі у маркетах «Всі.Свої», яка діяла станом на 01.01.2020;

4) довідка АТ КБ «Приватбанк» від 08.06.2020 № KI58492TPBS5KH8U;

5) довідка про рух коштів АТ «Універсал Банк» від 04.06.2020 за період з 19.11.2019 по 01.01.2020;

6) роздруківка з офіційної сторінки у соціальній мережі «Facebook» щодо маркетів «Всі.Свої»;

7) копія ліцензійного договору від 01.02.2019, укладеного між Луковкіною Г. В. та ТОВ «Локал Груп»;

8) звіт білінгу за період з 16.01.2013 по 18.01.2019, з 16.01.2013 по 31.01.2020 щодо витрат на рекламу на «Facebook».

21.05.2025 від заявника надійшли доповнення до заяви, в яких, зокрема, заявник уточнила вимоги заяви та просила змінити дату, на яку вона просить визнати торговельну марку «Всі.Свої» добре відомою, а саме станом на 01.05.2025.

Крім того, заявником надані додаткові докази на підтвердження доброї відомості торговельної марки «Всі.Свої» щодо товарів і послуг, для яких вона використовується, а саме:

1) копія договору оренди приміщення для магазину «Всі.Свої» в ТРЦ «Lavina Mall» від 14.03.2024 № A2005, копія договору суборенди для магазину в ТРЦ «Respublika Park» від 09.04.2024 № LA-L103-3-2024 та від 24.02.2024

№ LA-J144-2024, копія договору оренди для магазину у ТРЦ «Blockbuster Mall» від 17.10.2023 та фотографії їх фасадів;

2) копії договорів комісії від 31.10.2024 про співпрацю між проектом «Всі.Свої» та АТ «Укрзалізниця»;

3) фотографії інсталяцій на вокзалах та магазинів «Залізна крамниця Всі.Свої»;

4) статистика онлайн-продажів по регіонах та містах України за період 01.01.2024-30.04.2024;

5) перелік актуальних брендів станом на 2025 рік, які представлені в мережі «Всі.Свої»;

6) перелік маркетів «Всі.Свої» за 2024-2025 роки.

Колегія Апеляційної палати всебічно та в повному обсязі дослідила документи, надані заявником як докази для підтвердження наявності факторів і обставин, на підставі яких можна дійти висновку про те, що торговельна марка «Всі.Свої» є добре відомою в Україні, а також заслухала пояснення представника заявника.

Відповідно до статті 25 Закону, охорона прав на добре відому торговельну марку здійснюється згідно зі статтею 6^{bis} Паризької конвенції про охорону промислової власності та цим Законом.

При визначенні того, чи є торговельна марка добре відомою в Україні, можуть розглядатися, зокрема, такі фактори, якщо вони є доречними:

ступінь відомості чи визнання торговельної марки у відповідному секторі суспільства;

тривалість, обсяг та географічний район будь-якого використання торговельної марки;

тривалість, обсяг та географічний район будь-якого просування торговельної марки, включаючи рекламування, чи оприлюднення та представлення на ярмарках чи виставках товарів та/або послуг, щодо яких торговельна марка застосовується;

тривалість та географічний район будь-яких реєстрацій та/або заявок на реєстрацію торговельної марки за умови, що торговельна марка використовується чи є визнаною;

свідчення успішного відстоювання прав на торговельну марку, зокрема територія, на якій торговельну марку визнано добре відомою компетентними органами;

цінність, що асоціюється з торговельною маркою.

Згідно зі статтею 2 Спільної рекомендації відносно положень про охорону добре відомих знаків, що прийнята Генеральною Асамблеєю Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ) на 34-й сесії засідань Асамблей держав-членів ВОІВ 20-29 вересня 1999 року (далі – Рекомендація), при визначенні знака добре відомим мають бути взяті до уваги будь-які обставини, на підставі яких можна зробити висновок про те, що знак є добре відомим,

зокрема інформацію про фактори, що визначені Законом, хоча і не обмежуючись нею.

Для визначення того, чи є торговельна марка «Всі.Свої» добре відомою в Україні, колегією Апеляційної палати розглянуті, зокрема, такі фактори:

1. Ступінь відомості чи визнання торговельної марки у відповідному секторі суспільства

Відповідно до параграфу 2 (а) статті 2 Рекомендації ВОІВ, що визначає доречний сектор суспільства для визнання торговельної марки добре відомою, фактичними та потенційними споживачами торговельної марки «Всі.Свої» є клієнти маркетів, магазинів і інтернет-платформ, яким пропонується широкий асортимент товарів українських виробників, зокрема одяг, взуття, головні убори, аксесуари, товари для дому та декору, гастрономічні продукти та дитячі товари. Також до кола споживачів послуг, які надаються з використанням торговельної марки «Всі.Свої», належать учасники, які беруть участь у маркетах «Всі.Свої», працівники компаній та дизайнери, які представляють свою продукцію у магазинах. Цей сегмент охоплює населення України у віці від 25 до 40 років, яке активно цікавиться вітчизняною продукцією та підтримує українські бренди.

На підтвердження доводів про високий ступінь відомості торговельної марки «Всі.Свої» серед доречного кола споживачів заявник надав результати аналітичного звіту соціологічного дослідження за темою «Сприйняття вітчизняними споживачами торговельної марки «Всі.Свої», проведеного маркетинговою компанією «Український соціологічний стандарт», у період з 01.07.2018 по 20.12.2018, методом особистого (вуличного) опитування за місцями покупки (на виході з магазинів або фешн-галерей торговельно-розважальних центрів), у шести містах України, а саме: м. Київ, м. Харків, м. Дніпро, м. Одеса, м. Львів, м. Миколаїв. Загалом було опитано не менше як 1500 потенційних споживачів.

За результатами проведеного опитування загальний розподіл респондентів за ключовим питанням про те, чи чули вони про торговельну марку «Всі.Свої», зафіксував, що вона відома щонайменше третині осіб, які хоча б раз протягом року купували товари вітчизняного виробництва. Розподіл відповідей по містах показав, що найкраще торговельна марка є відомою респондентам з Києва (60,4 %). Частка обізнаних про торговельну марку респондентів з Миколаєва відповідає середній (33,4 %), частка таких осіб по інших містах в середньому складає 15-19 %. 60 % респондентів вважає, що торговельна марка використовується для надання послуг з просування різних товарів вітчизняних брендів; 47,5% респондентів вважає, що торговельна марка використовується для виробництва різних товарів для вітчизняних брендів.

Для 40 % опитуваних торговельна марка «Всі.Свої» стала відома у період з січня по вересень 2018 року; 70 % вказали на те, що почули про торговельну марку «Всі.Свої» або в поточному році, або в минулому році (січень-грудень

2017 року). Близько чверті обізнаних про торговельну марку вказали про те, що дізналися про неї в позаминулому році (2016 рік). 35,29 % опитуваних вказали, що дізналися про торговельну марку «Всі.Свої» із соціальних мереж; 25,2 % опитуваних – за рекомендацією знайомих (подруг); для 23,9 % опитуваних торговельна марка стала відома після відвідування магазинів з такою назвою; для 6,5 % джерелом інформації став сайт торговельної марки «Всі.Свої» та інші сайти; для 6,3 % опитуваних торговельна марка стала відомою завдяки заходу, який проводився під егідою торговельної марки; 2,8 % респондентів дізналися про торговельну марку з інших джерел інформації.

На підтвердження доброї відомості торговельної марки «Всі.Свої» й обізнаності серед доречного кола споживачів за даними звіту аналітичної програми Google, надано довідку щодо динаміки відвідування вебсайту vsisvoi.ua за період з 01.04.2018 по 31.01.2020. Відповідно до цієї довідки кількість відвідувачів вебсайту vsisvoi.ua склала 2 004 518, а кількість переглядів – 12 222 124.

За даними звіту Google Analytics, обсяг продажу товарів в інтернет-магазині «Всі.Свої» з 01.04.2018 по 01.01.2020 склав 26 790 736,00 грн; було здійснено 14 897 трансакцій.

За даними наданими заявником про онлайн продажі «Всі.Свої» за період з 01.01.2024 по 30.04.2025 обсяг продажів в інтернеті склав 40 277 727,00 грн.

На підтвердження відомості торговельної марки «Всі.Свої» у колі представників відповідного сектору суспільства – клієнтів маркетів, заявником надано інформацію про кількість проведених маркетів, кількість учасників та відвідувачів, з якої вбачається, що командою проєкту «Всі.Свої» у період з 25.04.2015 по 21.04.2019 було проведено 134 маркети, в яких взяли участь 17 627 учасників, які є вітчизняними виробниками товарів. Загалом, всі проведені маркети за вказаний період відвідало 2 434 730 осіб, а рекламу проєкту «Всі.Свої» щодо проведення маркетів переглянуло 18 029 426 осіб. За період 2024-2025 роки було проведено 28 маркетів, в яких взяло участь 4 882 бренди.

На підтвердження високого рівня впізнання торговельної марки «Всі.Свої» у колі представників відповідного сектору суспільства – українських виробників одягу, взуття, аксесуарів, товарів для дому та інших товарів широкого вжитку – заявником надано копії договорів на презентацію товарів з виробниками з різних регіонів України. У маркетах «Всі.Свої» взяло участь більше 17 000 українських виробників.

Станом на 2025 рік в мережі «Всі.Свої» представлено 468 українських брендів, зокрема BARDO, ALEXANDR DETS, GIFTY, FLORAL HANDS, GOR, GOLOOB, KOZZACHKA, LUD, NENKA GIFT, O'SHE, REBAK, S-CAPE, SWEET UKRAIN, RoNa, ANNY MO, ViGard, Latona тощо. На підтвердження вказаних обставин заявником надано перелік актуальних в 2025 році брендів, які представлені в мережі «Всі.Свої».

Згідно з даними системи підрахунку відвідувачів «GSM Counters» станом на 2020 рік середньомісячна кількість відвідувачів магазину за адресою:

м. Київ, вул. Хрещатик, 27, становила від 22 до 30 тисяч осіб, залежно від сезону.

Згідно з даними системи підрахунку відвідувачів «StereoCount3D» станом на 2020 рік, середньомісячна кількість відвідувачів магазину за адресою: м. Київ, ТРЦ «LAVINA MALL», становила від 30 до 60 тисяч осіб, залежно від сезону.

На маркетах «Всі.Свої» використовується лазерна система підрахунку відвідувачів, згідно з якою кількість відвідувачів маркету станом на 2020 рік склала 15-20 тисяч осіб, залежно від заходу.

Заявник Луковкіна Г. В. – власник торговельної марки «Всі.Свої», неодноразово визнавалася однією з найвпливовіших та найуспішніших жінок України. Її професійні досягнення були відзначені у провідних національних рейтингах, зокрема: вона увійшла до переліку «100 найвпливовіших жінок України» за версією журналу «Фокус» (2017-2018), потрапила до списку «50 підприємців року» за версією бізнес-видання МС Today (2018), а також увійшла до рейтингу «Топ-100 успішних жінок України» за версією журналу «НВ».

За результатом дослідження наведених вище документів колегія Апеляційної палати вважає, що подавцем заяви доведено факт того, що торговельна марка «Всі.Свої» є добре відомою доречному колу споживачів на території України станом на 01.05.2025.

2. Тривалість, обсяг та географічний район будь-якого використання торговельної марки

На підтвердження цього фактору заявник надав документи, що містять інформацію про тривале та інтенсивне (10 років) використання в Україні торговельної марки «Всі.Свої» щодо таких послуг, як: «демонстрування товарів, забезпечування інформацією в сфері підприємницької діяльності за допомогою вебсайтів; надавання онлайн-торговельних майданчиків для покупців та продавців товарів і послуг; організовування виставок на комерційні або рекламні потреби; представлення товарів на засобах інформування з метою роздрібного продажу; сприяння продажам для інших».

Заявник здійснює комерційну діяльність під торговельною маркою «Всі.Свої» з 2015 року, коли відбувся перший маркет, де було зібрано більше 80 вітчизняних виробників.

Також Луковкіна Г. В. є власником торговельної марки «Всі.Свої» за свідоцтвом № 210845 від 11.04.2016.

Торговельна марка «Всі.Свої» використовується заявником на всій території України шляхом проведення маркетів українських брендів з різних регіонів, організації постійно діючих магазинів, зокрема в торгових центрах у м. Київ, запуску загальнонаціонального інтернет-магазину за вебадресою vsisvoi.ua з можливістю доставки по всій Україні, а також через реалізацію проєктів спільно з національними інституціями, зокрема АТ «Укрзалізниця». Рекламні кампанії торговельної марки охоплюють широкую аудиторію в усіх

областях країни завдяки активному просуванню у соціальних мережах, на радіо, телебаченні та через партнерські ЗМІ.

З 2016 року (дата відкриття першого магазину «Всі.Свої») кількість магазинів у мережі постійно зростала. Станом на 2025 рік магазини працюють у м. Київ за адресами: вул. Хрещатик, 27; ТРЦ Lavina Mall, вул. Берковецька, 6Д; ТРЦ Respublika Park, вул. Кільцева дорога, 1; ТРЦ Blockbuster Mall, проспект Степана Бандери, 36. Крім того, торговельна марка активно представлена в онлайн-просторі через власний інтернет-магазин та соціальні мережі.

Інтернет-магазин vsisvoi.ua функціонує з 2018 року, забезпечуючи додатковий канал продажів та комунікації з покупцями, включаючи регулярне оновлення асортименту та рекламні кампанії у соціальних мережах.

Торговельна марка «Всі.Свої» активно використовується в інтернет-середовищі: через власний офіційний сайт (vsi.svoi.ua); через соціальні мережі «Facebook» та «Instagram». У соціальній мережі «Facebook» заявник використовує 7 сторінок, де пересічний споживач не тільки з України, а й з усього світу може ознайомитися з асортиментом, а саме: сторінка «Всі.Свої Магазин» <https://www.facebook.com/vsi.svoi/>; сторінка «Всі.Свої Дім та Декор» <https://www.facebook.com/vsi.svoi.store/>; сторінка «Всі.Свої Гастрономія» <https://www.facebook.com/vsi.svoi.home.decor/>; сторінка «Всі.Свої Діти» <https://www.facebook.com/vsi.svoi.kids/>; сторінка «Всі.Свої D12» <https://www.facebook.com/vsi.svoi.dl2/>; сторінка «Всі.Свої Одяг, Взуття. Аксесуари» <https://www.facebook.com/vsi.svoi.fashion/>; сторінка «Всі.Свої Хрещатик, 34» <https://www.facebook.com/vsi.svoi.store.34/>.

У соціальній мережі «Instagram» заявник використовує 3 сторінки: сторінка «Всі.Свої» <https://www.instagram.com/vsi.svoi/>; сторінка «Всі.Свої Магазин» <https://www.instagram.com/vsi.svoi.store/>; сторінка «Всі.Свої Діти» <https://www.instagram.com/vsi.svoi.kids/>.

Також торговельна марка «Всі.Свої» стабільно присутня у публічному просторі: у засобах масової інформації, а також активно висвітлюється в інтернет-газетах та журналах «Marie Claire», «The Village Україна», «Космополітан Україна», «Наш Київ», «ELLE MAN», «ELLE», «Harper's Bazar», «WoMo», «Pink» тощо та регулярно згадується у публікаціях про розвиток локального бізнесу, український дизайн та моду.

Така постійна візуальна й інформаційна активність забезпечує сталість бренду в сприйнятті споживачів і підсилює його впізнаваність.

Для підвищення лояльності клієнтів мережа впровадила програму взаємодії з покупцями через онлайн-платформу, організацію маркетів на постійній основі, за адресою: м. Київ, вул. Десятинна, 12, та підтримку українських виробників, шляхом представлення їх товарів у своїх магазинах, зокрема через мережу «Інтернет», та маркетах.

Загальна кількість українських виробників, які співпрацюють з мережею «Всі.Свої», перевищує 17 000, а асортимент станом на 2025 рік представлено 468 брендами. За період 2018-2025 роки кількість відвідувачів мережі та

клієнтів онлайн-магазину склала понад 2 млн осіб (за даними Google Analytics). Обсяги продажів зросли до понад 40 млн грн за період 2024-2025 роки.

На підтвердження тривалого і масштабного використання торговельної марки «Всі.Свої» заявником надано копії договорів за 2019-2020 роки, укладених з українськими виробниками з різних регіонів країни на презентацію їх товарів, копії договорів оренди приміщень за 2024 рік, що свідчить про широку присутність та значну частку на ринку вітчизняних товарів.

Матеріали також включають скріншоти вебсторінок та архівних публікацій, що підтверджують публічне і безперервне використання позначення «Всі.Свої» у візуальній, рекламній та комерційній діяльності.

Колегія Апеляційної палати вважає, що надані заявником відомості та документи, які їх підтверджують, доводять факт тривалого та безперервного використання торговельної марки «Всі.Свої» для послуг 35 класу МКТП: «демонстрування товарів, забезпечування інформацією в сфері підприємницької діяльності за допомогою вебсайтів; надавання онлайн-ових торговельних майданчиків для покупців та продавців товарів і послуг; організування виставок на комерційні або рекламні потреби; представлення товарів на засобах інформування з метою роздрібного продажу; сприяння продажам для інших», станом на 01.05.2025.

3. Тривалість, обсяг та географічний район будь-якого просування торговельної марки, включаючи рекламування чи оприлюднення та представлення на ярмарках чи виставках товарів та/або послуг, щодо яких торговельна марка застосовується

Інформацію про просування послуг під торговельною маркою «Всі.Свої» заявник підтверджує відомостями про здійснення ним заходів, спрямованих на популяризацію та підвищення впізнаваності бренду. Зокрема, це включає проведення масштабних рекламних кампаній, у яких використовуються як традиційні засоби масової інформації, так і цифрові платформи, зокрема офіційний вебсайт, соціальні мережі та онлайн-публікації.

Офіційний сайт vsisvoi.ua за період з квітня 2018 року по січень 2020 року відвідало майже один мільйон користувачів, а рекламу інтернет-магазину «Всі.Свої» побачило майже 10 мільйонів користувачів. На підтвердження вказаних обставин заявником надано графік, який було складено аналітичною програмою Google автоматично.

За період з 2015 по 2019 роки було проведено понад 630 рекламних кампаній. Зокрема, рекламні матеріали магазину «Всі.Свої» у соціальній мережі «Facebook» були показані понад 600 тисячам користувачів. Реклама «Всі.Свої Рибний маркет» у соціальній мережі «Instagram» досягла 169 883 показів і охопила 107 182 осіб. Спеціальна кампанія маркету «Всі.Свої Аперетив», що проходила у лютому 2019 року в Києві, була показана 217 749 особам.

За період 2018-2019 роки загальне охоплення рекламних компаній на офіційних сторінках в соціальних мережах «Facebook» та «Instagram» торговельної марки «Всі.Свої» склало 3 457 581 користувач.

Відповідно до звіту білінгу за період з 16.01.2013 по 31.01.2020, а також довідок АТ «КБ «ПриватБанк» від 04.06.2020, 08.06.2020 заявником були здійснені значні витрати на рекламу у соціальній мережі «Facebook» для збільшення обізнаності населення з послугами, які надаються із використанням торговельної марки «Всі.Свої» для товарів і послуг.

Заявник активно просуває послуги, що надаються із використанням торговельної марки «Всі.Свої» для товарів і послуг, через телерадіомовлення, що дозволяє охоплювати широку аудиторію по всій Україні. Зокрема, реклама транслювалася на популярних радіостанціях, таких як Радіо НВ (у програмі «Як поширити українські ремесла, автентичну культуру та залучити європейських дизайнерів в Україну») та Радіо «Аристократи» (у ранковому шоу «Осінь голосів»), що підтверджується ефірною довідкою від 04.02.2020 ТОВ «АРИСТОКРАТИ» та довідкою від 11.02.2020 вих. № 232/20 ТОВ «Телерадіокомпанія РАДІО-ЕРА».

Окрім радіо, реклама торговельної марки «Всі.Свої» транслювалася і на телебаченні, зокрема на «4 каналі», де у 2018 році вийшли сюжети, присвячені «Шкільному маркету», відкриттю магазину «Всі.Свої Дім та Декор», а також інтерв'ю зі стилісткою бренду. Також інформація про маркет шкільного одягу була висвітлена у випуску новин на каналі «Україна», що підтверджується довідкою від 12.02.2020 № 11202.

Торговельна марка «Всі.Свої» також рекламується за допомогою рекламно-сувенірної продукції, до якої входять предмети повсякденного вжитку з логотипом «Всі.Свої», зокрема: 300 пледів, 500 склянок, 176 футболок, 186 світшотів та 1 000 наліпок. Також випускалися келихи, парасольки, які використовуються як подарунки, призи, корпоративні сувеніри або роздаткові матеріали на заходах.

Проект активно інтегрується у культурне життя України, беручи участь у таких масштабних заходах, як Atlas Weekend і Leopold Jazz Fest.

Платформа українських брендів «Всі.Свої» стала офіційним партнером мережі «Залізна крамниця», яка пропонує мандрівникам комерційний мерч Укрзалізниці, а також унікальні товари локальних брендів.

Окрім класичної реклами, значну увагу приділено соціальним та мистецьким проектам, що реалізуються безпосередньо на вітринах магазинів «Всі.Свої». Так, у 2017 році на вулиці Хрещатик, 27, у Києві було презентовано унікальний мистецький проект «Мистецтво утеплення», де вітрини магазину стали виставковим простором для скульптурних об'єктів відомої художниці Марії Куликовської, поєднаних із товарами українських брендів, а у 2018 році вітрини магазину були змінені і на них було розміщено банери із інформацією про незаконне ув'язнення політв'язнів.

Проект «Всі.Свої» також працює над подоланням гендерних стереотипів та просуванням рівності. У співпраці з Фондом Олени Пінчук було запущено

кампанію «Не вішай ярлики!», яка включала конкурс дизайну футболок із закликами подолати упередження щодо жінок в Україні.

Особливу увагу приділено партнерським публікаціям у провідних українських журналах, таких як «ELLE», «Marie Claire», «Harper's Bazaar» та «The Village Україна».

За результатами дослідження наданих документів колегія Апеляційної палати зазначає, що представлені відомості свідчать про активне та тривале просування послуг під торговельною маркою «Всі.Свої» на всій території України.

4. Тривалість та географічний район будь-яких реєстрацій та/або заявок на реєстрацію торговельної марки

З 2016 року Луковкіна Г. В. є власницею торговельної марки **Всі.Свої** за свідоцтвом № 218845 від 11.04.2016.

Заявником вжито всі необхідні заходи для набуття правової охорони торговельної марки «Всі.Свої» в Україні.

5. Цінність, що асоціюється з торговельною маркою

Цінність, що асоціюється із торговельною маркою «Всі.Свої», заявник пов'язує з тривалістю використання торговельної марки, доброю репутацією заявника, високою якістю послуг та витратами на рекламу послуг, що надаються під цією торговельною маркою.

Висока цінність торговельної марки «Всі.Свої» підтверджується довідкою ТОВ «АВІОН» (засновницею якого є Луковкіна Г. В.), відповідно до якої обсяг реалізації послуг під торговельною маркою «Всі.Свої» в магазині «Всі.Свої» у 2017 році склав 176 620 789 грн, у 2018 році – 197 404 126 грн. Станом на 2024 рік цей показник досягнув ще більших значень.

Високий рівень репутаційної цінності торговельної марки «Всі.Свої» підтверджується не лише масштабною та системною маркетинговою діяльністю, а й широким суспільним визнанням бренду як провідної платформи українських виробників. Завдяки активній присутності у ЗМІ, участі у національних культурних подіях, реалізації соціальних ініціатив та партнерств з різними організаціями, торговельна марка здобула високий рівень довіри серед споживачів.

Так, у 2016 році проєкт «Всі.Свої» отримав нагороду «Відкриття року» на церемонії CosmopolitanAwards, а магазин «Всі.Свої Дім та Декор» номіновано журналом «Космополітан Україна» у номінації «Відкриття року 2019».

За результатами дослідження матеріалів справи колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що надані заявником матеріали свідчать про те, що торговельна марка «Всі.Свої» є відомою широкому колу споживачів відповідного сектору суспільства, має високу розрізняльну здатність відносно

заявлених послуг 35 класу МКТП, а добра репутація торговельної марки постійно підтримується її власником.

Колегія Апеляційної палати вважає, що заявником повністю доведені фактори, що можуть впливати на визнання торговельної марки добре відомою. Зазначені фактори підтверджені відповідними доказами і є достатніми для визнання того, що торговельна марка «Всі.Свої» стала добре відомою в Україні для заявлених послуг 35 класу МКТП станом на 01 травня 2025 року.

Відповідно до положень Паризької конвенції про охорону промислової власності, Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», керуючись Регламентом Апеляційної палати Національного органу інтелектуальної власності, затвердженим наказом Міністерства економіки України від 23.11.2023 № 17768, зареєстрованим в Міністерстві юстиції України 04.01.2024 за № 21/41366, колегія Апеляційної палати

в и р і ш и л а:

1. Заяву Луковкіної Ганни Василівни про визнання торговельної марки «Всі.Свої» добре відомою в Україні задовольнити.

2. Визнати торговельну марку «Всі.Свої» добре відомою в Україні відносно Луковкіної Ганни Василівни для послуг 35 класу МКТП: «демонстрування товарів, забезпечування інформацією в сфері підприємницької діяльності за допомогою вебсайтів; надавання онлайнових торговельних майданчиків для покупців та продавців товарів і послуг; організування виставок на комерційні або рекламні потреби; представлення товарів на засобах інформування з метою роздрібного продажу; сприяння продажам для інших», станом на 01 травня 2025 року.

Рішення набирає чинності з дати його затвердження наказом Державної організації «Український національний офіс інтелектуальної власності та інновацій».

Додаток: зображення торговельної марки на 1 арк.

Головуючий колегії
Члени колегії

Ю. А. Горбик
Т. В. Ткачук
О. Ю. Кронда



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/6-26 від 22.01.2026
КЕП (Підписання проекту):
Горбик Ю. А. 22.01.2026 11:35
3FAA9288358EC0030400
0000015F3A007B71DB00



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/6-26 від 22.01.2026
КЕП (Підписання проекту):
Ткачук Т. В. 21.01.2026 15:46
3FAA9288358EC0030400
000012C33900E9CED700



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/6-26 від 22.01.2026
КЕП (Підписання проекту):
Кронда О. Ю. 21.01.2026 15:35
3FAA9288358EC0030400
000050583A006940DB00