

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ УКРНОІВІ

09.02.2026 № 30/2026



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>, кодзгідноз ЄДРПОУ: 44673629

Р І Ш Е Н Н Я

17 грудня 2025 року

Колегія Апеляційної палати УКРНОІВІ, затверджена розпорядженням заступника голови Апеляційної палати Горбик Ю. А. від 24.10.2025 № Р-АП/205-25, у складі головуючого Горбик Ю. А. та членів колегії Шатової І. А., Ткачук Т. В., за участю секретаря засідання Лазарець І. М., розглянула заперечення Товариства з обмеженою відповідальністю «ВАДАРТ ГРУП» проти рішення УКРНОІВІ від 29.08.2025 про відмову в реєстрації торговельної марки «Coffee candy» за заявкою № m 2023 21855.

Представник апелянта – Іванцова Ю. В.

Представник УКРНОІВІ – Пугачова І. П.

Заперечення апелянта – Товариства з обмеженою відповідальністю «ВАДАРТ ГРУП» (далі – апелянт), подано на підставі абзацу першого пункту 1 статті 15 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (далі – Закон), згідно з яким заявник має право оскаржити рішення Національного органу інтелектуальної власності (далі – НОІВ) за заявкою в судовому порядку або до Апеляційної палати протягом двох місяців від дати одержання рішення НОІВ чи копій матеріалів, затребуваних відповідно до пункту 3 статті 10 цього Закону.

Апелянт не погоджується з рішенням УКРНОІВІ від 29.08.2025 про відмову в реєстрації торговельної марки «Coffee candy» за заявкою № m 2023 21855,

прийнятим на підставі висновку експертизи про те, що заявлене позначення: звичайно не має розрізняльної здатності та не набуло такої внаслідок використання; для частини товарів 30 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП), що входять до узагальнюючого поняття «цукерки», є описовим і вказує на вид товару та його властивості (склад товару); може ввести в оману щодо інших товарів 30 класу МКТП, які не відповідають наведеному вище визначенню.

Апелянт, не погоджуючись з вказаним рішенням, зазначає таке.

Заявлене словесне позначення «Coffee sandy» за заявкою № m 2023 21855 виконане стандартними літерами латиниці, не є усталеним або загальноновживаним у мовленні українських споживачів та сприймається як фантазійне щодо заявлених товарів 30 класу МКТП.

На думку апелянта, заявлене словесне позначення має розрізняльну здатність, у тому числі набуто внаслідок його тривалого та інтенсивного використання на ринку України. На підтвердження фактичного використання позначення апелянтом надано копії договорів на постачання товарів за період 2022-2025 роки, копію звіту з продажів за період з 01.01.2024 по 01.10.2025, що, на думку апелянта, свідчить про формування у споживачів стійкого зв'язку між позначенням і конкретним виробником.

Апелянт також зазначає про відомість товарів у відповідному сегменті ринку та пов'язує таку відомість зі значними обсягами поставки та реалізації продукції.

Кондитерська продукція апелянта під торговельною маркою «Coffee sandy» реалізується через різні торговельні мережі у містах України, зокрема: магазин «Food House» у м. Київ, магазини «Цукерки» та «Десерт» у м. Дніпро, магазини «Вкусняшка» та «Зебра» у м. Кам'янське, магазини «Амбар» та «Веселка» у м. Дніпро, магазин «Продуктова Хатка» у м. Ромни, мережа магазинів «Продуктовий дім № 1» у м. Суми, магазин «Coffee-Swets» у м. Харків, а також пропонується на інтернет-торговельних майданчиках: Rozetka, Prom, Bigl, Гурман, Make Joy тощо. Вказані обставини, на думку апелянта, підтверджують широке використання заявленого позначення та його відомість серед споживачів.

Щодо описовості заявленого позначення «Coffee sandy» для товарів, які входять до узагальнюючого поняття «цукерки», апелянт зазначає, що словосполучення «Coffee sandy» не є родовою або видовою назвою товару. На підтвердження цього апелянт посилається на результати пошуку в мережі «Інтернет», за якими не встановлено використання іншими виробниками кондитерських виробів такої ж назви для позначення виду товарів, що, на його думку, свідчить про відсутність усталеного описового значення такого словосполучення.

Апелянт стверджує, що складові заявленого позначення не сприймаються українськими споживачами однозначно як опис товару. Зокрема, слово «coffee» може викликати асоціації не лише з інгредієнтом, а й з ароматом, кольором або формою виробу, тоді як слово «sandy» не є загальноновживаним позначенням

цукерок у мовленні українських споживачів. У зв'язку з цим, на думку апелянта, заявлене позначення не створює прямого та безпосереднього опису товару, а потребує асоціативного сприйняття.

Крім того, апелянт зазначає, що кондитерський виріб, який маркується позначенням «Coffee sandy», не відповідає визначенню «цукерка», наведеному у висновку експертизи. На підтвердження цього апелянтом надано технологічну інструкцію та технічні умови, з яких вбачається, що виріб виготовляється шляхом подрібнення інгредієнтів та їх пресування у таблетованій формі, без зварювання з цукром, що відрізняє його від традиційних цукерок.

Товари під заявленим позначенням виготовляються за унікальною технологією та мають оригінальну форму у вигляді стилізованого кавового зерна, яка охороняється свідоцтвом України на промисловий зразок № 47543, що, на думку апелянта, підтверджує індивідуалізацію товару та підсилює сприйняття заявленого позначення як брендової, а не описової назви.

Щодо можливості введення споживачів в оману апелянт зазначає, що заявлене позначення не містить неправдивих відомостей про товар. На підтвердження цього апелянтом подано фотокопії зовнішнього вигляду виробу, упаковки та опису продукції, з яких вбачається, що асоціації, які викликає назва «Coffee sandy», відповідають фактичним властивостям товару.

Заявлений перелік товарів 30 класу МКТП, а саме: вироби кондитерські; вироби кондитерські з цукру; карамелі (солодощі); карамелі (цукерки); цукерки, відповідають виду продукції, що виробляє апелянт, і не вводять в оману щодо товарів чи послуг, зокрема щодо їх властивості, якості, оскільки однією зі складових частин кондитерського виробу є суха кава.

З огляду на наведене, апелянт просить скасувати рішення УкрНОІВІ від 29.08.2025 про відмову в реєстрації торговельної марки «Coffee sandy» за заявою № m 2023 21855 і зареєструвати заявлене позначення для скороченого переліку товарів 30 класу МКТП, а саме: вироби кондитерські; вироби кондитерські з цукру; карамелі (солодощі); карамелі (цукерки); цукерки.

В обґрунтування своєї позиції представник УкрНОІВІ зазначив, що експертиза заявленого позначення проводилась відповідно до Закону та Правил складання, подання заявки на торговельну марку, заявки на міжнародну реєстрацію торговельної марки та проведення експертизи заявки на торговельну марку, міжнародної реєстрації торговельної марки з поширенням на Україну, затверджених наказом Міністерства економіки України від 06.08.2024 № 19889 (далі – Правила).

Під час проведення експертизи експертом було направлено попередній висновок експертизи від 23.05.2025 № 111206/ЗМ/25.

17.07.2025 від заявника надійшла мотивована відповідь з доводами на користь реєстрації позначення для скороченого переліку товарів 30 класу МКТП: вироби кондитерські; вироби кондитерські з цукру; карамелі (солодощі); карамелі (цукерки); цукерки.

Наведені у відповіді доводи не були визнані обґрунтованими повністю, тому 28.08.2025 експертом підготовлено висновок експертизи про невідповідність заявленого позначення умовам надання правової охорони, які встановлені пунктом 1 статті 5 Закону і зазначені у розділі II Правил, для всіх заявлених товарів і/або послуг на тій підставі, що заявлене позначення:

1) звичайно не має розрізняльної здатності та не набуло такої внаслідок використання;

2) для частини товарів 30 класу МКТП, що входять до узагальнюючого поняття «цукерки», є описовим і вказує на вид товару та його властивості (склад товару).

Обґрунтування:

Coffee candy (англ.) – кавові цукерки;

«ЦУКЕРКА – Солодкий кондитерський виріб, вигот. з різних продуктів, зварених з цукром, що має вигляд невеличкого шматочка, кульки, плиточки і т. ін.».

«Кавові цукерки – це цукерки з кавовим смаком або до складу яких входить кава»;

3) може ввести в оману щодо інших товарів 30 класу МКТП, які не відповідають наведеному вище визначенню.

На підставі висновку експертизи 29.08.2025 УКРНОІВІ було прийнято рішення про відмову в реєстрації торговельної марки «Coffee candy» за заявкою № m 2023 21855.

Пунктом 1 глави 3 розділу II Регламенту Апеляційної палати Національного органу інтелектуальної власності, затвердженого наказом Міністерства економіки України від 23.11.2023 № 17768 (далі – Регламент), встановлено, що розгляд заперечення по суті передбачає встановлення наявності або відсутності підстав для скасування рішення УКРНОІВІ щодо заявки, за якою подано заперечення, у межах мотивів, викладених у запереченні чи під час його розгляду, та на підставі зібраних у справі за запереченням матеріалів.

Відповідно до пунктів 11 і 12 глави 3 розділу II Регламенту колегія Апеляційної палати з метою з'ясування обставин, якими обґрунтовуються вимоги апелянта та які необхідно встановити для прийняття рішення, заслухала пояснення представника апелянта та представника УКРНОІВІ, з'ясувала обставини, на які посилається апелянт як на підставу своїх вимог і заперечень, та перевірила їх доказами, що містилися у запереченні (Вх. від 22.10.2025 № Вх-61478/2025), матеріалах заявки № m 2023 21855, та встановила таке.

Coffee candy

Заявлене на реєстрацію словесне позначення за заявкою № m 2023 21855 складається з двох слів англійською мовою – «Coffee» та «candy», виконане літерами латиниці стандартним шрифтом, при цьому у слові «Coffee» перша літера є заголовною, інші – рядковими. Позначення подано на реєстрацію для товарів 30 класу МКТП.

У запереченні апелянтом скорочено перелік заявлених товарів 30 класу МКТП до наступних: «вироби кондитерські; вироби кондитерські з цукру; карамелі (солодощі); карамелі (цукерки); цукерки».

У зв'язку з цим колегія Апеляційної палати проводила розгляд заперечення з урахуванням скороченого апелянтом переліку товарів.

Колегія Апеляційної палати перевірила відповідність заявленого позначення «Coffee sandy» умовам надання правової охорони щодо наявності підстав для відмови, встановлених пунктами 2, 3 статті 6 Закону, з урахуванням глави 2 розділу II та глави 8 розділу VI Правил.

Для встановлення того, чи має заявлене позначення розрізняльну здатність, чи є воно описовим та чи є оманливим при використанні щодо заявленого переліку товарів, колегія Апеляційної палати звернулась до доступних інформаційних джерел, мережі «Інтернет», а також перевірила відомості і посилення, якими обґрунтовується висновок експертизи, та з'ясувала таке.

Згідно з абзацом четвертим пункту 2 статті 6 Закону не можуть одержати правову охорону позначення, які 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.

Пунктом 5 глави 2 розділу II Правил встановлено, що позначення вважається описовим під час використання щодо зазначених у заявці товарів і/або послуг чи у зв'язку з ними, якщо воно характеризує їх, зокрема безпосередньо вказує на вид, якість, склад, кількість, властивості, передбачене призначення, цінність товарів і/або послуг, географічне походження, місце і час виготовлення чи збуту товарів або надання послуг.

Описовими вважаються позначення, які прямо вказують на назву, вид 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.

Пунктом 7 глави 8 розділу VI Правил під час перевірки заявленого позначення, чи не складається воно лише з позначень чи даних, що є описовими, під час використання щодо зазначених у заявці товарів і/або послуг або у зв'язку з ними, перевіряється чи не містить воно позначень, визначених пунктом 5 глави 2 розділу II Правил.

Під час такої перевірки визначається загальний рівень (ступінь) описовості. Описовість позначення встановлюється на основі звичайного розуміння його описової суті пересічним споживачем. При цьому перше зорове сприйняття позначення повинно однозначно (без додаткових роздумів) створювати враження про те, що позначення вказує на товар чи послугу або на всі чи окремі його властивості (характеристики).

Слово «Coffee» в перекладі з англійської мови означає кава¹, а слово «candy» в перекладі з англійської мови означає «цукерки»².

«Coffee candy» в перекладі з англійської мови означає «кавові цукерки»³.

ЦУКЕРКА – солодкий кондитерський виріб, вигот. з різних продуктів, зварених з цукром, що має вигляд невеличкого шматочка, кульки, плиточки і т. ін.⁴

Кавова цукерка – це цукерка з кавовим смаком або до складу якої входить кава⁵.

Колегія Апеляційної палати вважає, що під час використання щодо заявлених товарів 30 класу МКТП, зокрема цукерок, карамелей та кондитерських виробів з цукру, заявлене позначення безпосередньо та однозначно інформує споживача про вид товару та його смакові і складові характеристики. Таке семантичне значення заявленого позначення розуміється пересічним споживачем вже на рівні першого зорового та фонетичного сприйняття і не потребує додаткових міркувань, тлумачень або асоціативного домислювання.

Також колегія зазначає, що позначення, яке має виключно інформативний характер і повідомляє про характеристики та властивості товару, не здатне виконувати функцію індивідуалізації. У цьому випадку заявлене словосполучення сприймається споживачем саме як опис товару, а не як засіб виокремлення товарів одного виробника серед аналогічних товарів інших осіб.

З огляду на викладене, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що словесне позначення «Coffee candy» за заявкою № m 2023 21855 при використанні для товарів 30 класу МКТП має описовий характер, оскільки безпосередньо вказує на вид та смакові властивості відповідних товарів, у зв'язку з чим до нього підлягає застосуванню підстава для відмови в наданні правової охорони, передбачена абзацом четвертим пункту 2 статті 6 Закону.

Абзацом п'ятим пункту 2 статті 6 Закону передбачено, що не можуть одержати правову охорону позначення, які можуть ввести в оману щодо товарів чи послуг, зокрема щодо їх властивості, якості або географічного походження.

Згідно з пунктом 10 глави 8 розділу VI Правил під час перевірки заявленого позначення, чи не є воно таким, що може ввести в оману щодо товарів чи послуг, зокрема щодо їх властивостей, якості або географічного походження, щодо особи, яка виробляє товар або надає послугу, перевіряється відсутність у позначення властивостей, визначених пунктами 10 та 11 глави 2 розділу II Правил.

Якщо під час такої перевірки встановлено, що таким, що може ввести в оману, є хоча б один із елементів заявленого позначення, воно визнається таким, що може ввести в оману, про що зазначається у попередньому висновку експертизи за заявкою.

¹ <https://www.deepl.com/uk/translator>

² <https://www.reverso.net/%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4-%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%D1%83#sl=eng&tl=ukr&text=candy>

³ <https://www.deepl.com/uk/translator>

⁴ <https://goroh.pp.ua/%D0%A2%D0%BB%D1%83%D0%BC%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%D1%86%D1%83%D0%BA%D0%B5%D1%80%D0%BA%D0%B0>

⁵ <https://makejoy.com.ua/product/karamel-coffee-candy-mini-czuckerka-z-kofeyinom/#:>

Згідно з пунктом 10 глави 2 розділу II Правил позначення вважається таким, що може ввести в оману щодо товарів і/або послуг, якщо воно може породжувати у свідомості споживачів уяву про якість, властивості, географічне походження товару і/або послуги, що не відповідає дійсності.

Позначення визнається таким, що може ввести в оману, якщо таким, що може ввести в оману, є хоча б один з його елементів.

Колегія Апеляційної палати зауважує, що для визнання позначення оманливим його смислове значення повинно бути знайоме споживачу як очевидна вказівка на характеристики певного товару чи послуги. За таких умов, використання цього позначення для іншого товару чи послуги очевидно буде неправильним, неправдивим і тому оманливим.

Проаналізувавши перелік заявлених товарів 30 класу МКТП, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що словесне позначення «Coffee sandy» за заявкою № т 2023 21855 через своє семантичне значення формує у пересічного споживача очікування, що такі товари є цукерками або кондитерськими виробами з кавовим смаком чи з вмістом кави. Використання зазначеного позначення щодо товарів цього класу, які не відповідають таким характеристикам, вочевидь призведе до розбіжності між уявленням, що виникає у споживача, та фактичними властивостями товарів, унаслідок чого споживач може бути введений в оману щодо їх складу та смакових властивостей.

Відповідно до статті 492 Цивільного кодексу України торговельною маркою може бути будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень, які придатні для вирізнення товарів (послуг), що виробляються (надаються) однією особою, від товарів (послуг), що виробляються (надаються) іншими особами.

Статтею 1 Закону встановлено, що торговельна марка – це позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб.

Отже, основною та визначальною функцією торговельної марки як об'єкта інтелектуальної власності є здатність вирізнити (розрізнити) товари і послуги одних осіб з-поміж аналогічних товарів і послуг інших осіб, тобто торговельна марка повинна мати розрізняльну здатність.

Відповідно до абзацу другого пункту 2 статті 6 Закону не можуть одержати правову охорону позначення, які звичайно не мають розрізняльної здатності та не набули такої внаслідок їх використання.

Відповідно до пункту 3 глави 2 розділу II Правил позначення вважається таким, що звичайно не має розрізняльної здатності, якщо воно непридатне для вирізнення товару (послуги), що виробляється (надається) однією особою, з-поміж товарів (послуг), що виробляються (надаються) іншими особами.

Відповідно до пункту 8 глави 2 розділу II Правил позначення вважається таким, що набуло розрізняльної здатності в результаті його використання до дати подання заявки щодо заявлених товарів і/або послуг, якщо щодо нього наявні такі фактори, якщо вони є доречними:

відомість споживачам про взаємозв'язок позначення з товарами і/або послугами, для яких воно призначене, і/або із заявником, або пов'язаною із заявником особою;

тривалість і обсяг будь-якого використання позначення, зокрема у мережі «Інтернет», а також географічний район використання позначення;

тривалість і обсяг будь-якого просування позначення, зокрема у мережі «Інтернет», урахуваючи рекламування чи оприлюднення, представлення на ярмарках чи виставках, а також географічний район просування позначення.

Відповідно до пункту 5 глави 8 розділу VI та з урахуванням пункту 3 глави 2 розділу II Правил, якщо є підстави вважати, що заявлене позначення звичайно не має розрізняльної здатності, перевіряється, чи не набуло воно такої внаслідок його використання.

Для визначення того, чи набуло позначення розрізняльної здатності внаслідок його використання, враховуються фактори, установлені пунктом 8 глави 2 розділу II Правил. Ці фактори можуть ураховуватися як окремо, так і в сукупності.

Ступінь розрізняльної здатності заявленого позначення визначається стосовно товарів і/або послуг, для яких заявник просить зареєструвати торговельну марку, з урахуванням можливого сприйняття цього позначення пересічним споживачем.

Колегія Апеляційної палати вважає, що заявлене словесне позначення «Coffee sandy» за заявкою № m 2023 21855 не здатне виконувати основну функцію торговельної марки – забезпечувати можливість вирізнення товарів одного виробника серед аналогічних товарів інших осіб, оскільки не має розрізняльної здатності. У сприйнятті пересічного споживача це позначення формуватиме загальне уявлення про вид та смакову характеристику товару, але не ідентифікуватиме конкретного виробника такої продукції.

Колегія зазначає, що у фактичному комерційному обігу індивідуалізація товарів апелянта здійснюється за допомогою вже зареєстрованої торговельної марки «Make Joy» (свідоцтва № 349200 та № 358779), яка використовується як основний маркер комерційного походження товарів та має самостійне візуальне оформлення на упаковці. Водночас словосполучення «Coffee sandy» застосовується апелянтом як назва окремої товарної позиції або різновиду продукції у межах асортименту товарів під торговельною маркою «Make Joy», що свідчить про його допоміжний, інформаційний характер.

З наявної в мережі «Інтернет» інформації вбачається, що під час реалізації товарів 30 класу МКТП апелянт використовує словесне позначення «Coffee sandy» у поєднанні з торговельною маркою «Make Joy», а також із додатковими словесними елементами, зокрема «Classic», «Cappuccino» та «Americano» («Coffee Candy Classic», «Coffee Candy Cappuccino», «Coffee Candy Americano»)⁶. Таке використання підтверджує факт того, що словосполучення «Coffee sandy» застосовується для позначення окремих різновидів або смакових характеристик товару в межах асортименту продукції, а не як самостійний засіб індивідуалізації товарів.

За таких обставин фактичного використання колегія Апеляційної палати вважає, що заявлене позначення не можна вважати достатньо

⁶ <https://makejoy.com.ua/product-category/productia/?product-page=1>

індивідуалізованим або оригінальним, щоб пересічний споживач сприймав його як самостійний засіб ідентифікації комерційного походження товарів. У свідомості споживача не формується стійкий асоціативний зв'язок між позначенням «Coffee sandy» та конкретним виробником, оскільки за даних обставин функцію вирізнення виконує інше позначення – торговельна марка «Make Joy».

Крім того, колегія Апеляційної палати зазначає, що подані апелянтом під час розгляду заперечення матеріали, зокрема звіт щодо реалізації товарів та договори поставки, не підтверджують набуття заявленим позначенням розрізняльної здатності внаслідок його використання. Відсутні належні та достатні дані щодо обсягів, тривалості та географії використання заявленого позначення саме як самостійного засобу індивідуалізації, а також щодо рівня обізнаності з ним споживачів.

З огляду на викладене, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що заявлене словесне позначення «Coffee sandy» за заявкою № т 2023 21855 не має розрізняльної здатності та не набуло такої внаслідок використання щодо заявлених товарів 30 класу МКТП.

Дослідивши матеріали справи в межах мотивів заперечення, колегія Апеляційної палати дійшла висновку про відсутність підстав для задоволення заперечення.

За результатами розгляду заперечення, відповідно до 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 32.11.2023 № 17768, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 04.01.2024 за № 21/41366, колегія Апеляційної палати

в и р і ш и л а:

1. Відмовити Товариству з обмеженою відповідальністю «ВАДАРТ ГРУП» у задоволенні заперечення повністю.
2. Рішення УКРНОІВІ від 29.08.2025 про відмову в реєстрації торговельної марки «Coffee sandy» за заявкою № т 2023 21855 залишити чинним.

Рішення Апеляційної палати набирає чинності з дати його затвердження наказом Державної організації «Український національний офіс інтелектуальної власності та інновацій». Затверджене рішення може бути оскаржено в судовому порядку протягом двох місяців від дати його одержання.

Головуючий колегії
Члени колегії

Ю. А. Горбик
І. А. Шатова
Т. В. Ткачук



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/14-26 від 06.02.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Горбик Ю. А. 06.02.2026 13:01
3FAA9288358EC0030400
0000015F3A007B71DB00



2246204205 - ФІЗИЧНА
ОСОБА
№Ріш-АП/14-26 від 06.02.2026
КЕП (Підписання проєкту):
ШАТОВА І. О. 06.02.2026 12:57
5E984D526F82F38F0400
0000B7D47C011561A006



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/14-26 від 06.02.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Ткачук Т. В. 06.02.2026 12:17
3FAA9288358EC0030400
000012C33900E9CED700