

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ УКРНОІВІ

18.02.2026 № 33/2026



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

21 серпня 2025 року

Колегія Апеляційної палати УКРНОІВІ, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Білоцьким В. В. від 02.04.2025 № Р-АП/44-25, у складі головуючого Грищенко В. Л. та членів колегії Єсєва В. Д., Осмолівської О. С., за участю секретаря засідання Рябоконя В. А., розглянула заяву Приватного акціонерного товариства «МХП» щодо визнання



торговельної марки «» (далі – «НАША РЯБА, комб.») добре відомою в Україні.

Представник заявника – патентна повірена Кравчук А. Б.

Заява Приватного акціонерного товариства «МХП» (далі – ПрАТ «МХП»/МХП/заявник) щодо визнання торговельної марки «НАША РЯБА, комб.» добре відомою в Україні подана до Апеляційної палати 09.09.2022 на підставі пункту 1 статті 25 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (далі – Закон).

Подавець заяви – ПрАТ «МХП», просить визнати торговельну марку «НАША РЯБА, комб.» добре відомою в Україні для товарів 29 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП), а саме «курятина», станом на 01.01.2019.

Позиція заявника щодо доброї відомості торговельної марки «НАША РЯБА, комб.» ґрунтується на таких відомостях.

Приватне акціонерне товариство «МХП» є лідером українського ринку виробництва продукції із м'яса птиці завдяки інноваційному підходу та прагненню до покращення своїх технологій, систем управління якістю, розвитку та модернізації потужностей, професійному росту фахівців.

Історія розвитку ПрАТ «МХП» як найбільшого в Україні агрохолдингу починається з 1998 року, коли український підприємець Косюк Юрій Анатолійович, власник контрольного пакета акцій компанії та директор ПрАТ «МХП», голова правління агрохолдингу «Миронівський хлібопродукт», заснував АТЗТ «Миронівський хлібопродукт».

У 1999 році МХП придбав та модернізував птахофабрику «Перемога» (с. Будище) та розпочав промислове виробництво м'яса птиці. У 2001 році до складу компанії увійшли птахофабрика «Дружба народів Нова» (с. Петрівка) та «Старинська Птахофабрика» (с. Мирне), які спеціалізуються на вирощуванні батьківського поголів'я птиці.

26 грудня 2001 року було подано на реєстрацію першу торговельну марку  відповідно до заявки № 2001128434, на підставі якої 15.11.2002 було видано свідоцтво України № 28365.

У 2001-2002 роках розпочався процес виведення на ринок бренду охолодженого курячого м'яса «НАША РЯБА».

Торговельна марка охолодженої курятини «НАША РЯБА» вийшла на ринок України у 2002 році і була першою серед виробників охолодженої курятини.

У 2003-2006 роках МХП освоює нові напрямки діяльності: вирощування кукурудзи, соняшнику, пшениці, ріпаку та інших культур; виробництво ковбасних виробів і м'ясних напівфабрикатів; розведення великої рогатої худоби для виробництва яловичини преміумкласу під торговельною маркою «Сертифікований Ангус»; виробництво гусячої печінки та фуа-гра.

У 2004 році МХП ввів в експлуатацію завод з переробки насіння соняшнику, здатний переробляти 200 тисяч тонн насіння на рік (350 тисяч тонн на рік, після дообладнання заводу другою лінією переробки).

У 2005 році до складу МХП увійшло підприємство «Зернопродукт», що займається вирощуванням кукурудзи, пшениці, ячменю і соняшнику. Цього ж року частиною МХП стає також «Катеринопільський елеватор» (комбікормовий завод і потужності для зберігання зернових та олійних культур).

У 2006 році, 30 травня, створено холдингову компанію МНР S.A. згідно із законодавством Великого Герцогства Люксембург. У січні 2006 року завершено будівництво Миронівського м'ясопереробного заводу «Легко» (м. Миронівка) – найбільшого в Україні заводу з виробництва м'ясних напівфабрикатів. До складу компанії цього року також увійшли підприємства: Науково-виробнича фірма «Урожай» (рослинництво) та «Дружба народів»

(рослинництво та птахівництво).

27.03.2006 зареєстровано Відкрите акціонерне товариство «Миронівський хлібопродукт», яке є правонаступником Акціонерного товариства закритого типу «Миронівський хлібопродукт» та яке в подальшому було перейменоване в Публічне акціонерне товариство «Миронівський хлібопродукт», 31.10.2018 – у Приватне акціонерне товариство «Миронівський хлібопродукт», та 05.02.2021 – у Приватне акціонерне товариство «МХП».

Приватне акціонерне товариство «Миронівська птахофабрика» (далі – ПрАТ «Миронівська птахофабрика») створено шляхом зміни найменування Акціонерного товариства закритого типу «Торговий дім «Миронівський хлібопродукт», зареєстрованого 28.07.2006 на підставі рішення Загальних зборів.

На підтвердження юридичного статусу ПрАТ «Миронівська птахофабрика» надано такі документи: виписку з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (далі – ЄДРПОУ) станом на 16.08.2017; витяг з ЄДРПОУ станом на 02.11.2020; копію статуту ПрАТ «Миронівська птахофабрика» від 2020 року, затверджений рішенням акціонерів № 1-33А від 22.04.2020.

На підтвердження юридичного статусу заявника та проведення відповідних змін надано:

- 1) виписку з ЄДРПОУ щодо ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» станом на 01.12.2020;
- 2) копію статуту ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» від 2017 року, затвердженого загальними зборами ПАТ «Миронівський хлібопродукт», протоколом Загальних Зборів № 2 від 27.04.2017;
- 3) виписку з ЄДРПОУ щодо ПрАТ «МХП» станом на 18.02.2021;
- 4) витяг з ЄДРПОУ щодо ПрАТ «МХП» станом на 02.08.2021;
- 5) копію статуту ПрАТ «МХП» від 2020 року, затвердженого зборами акціонерів Приватного товариства «Миронівський хлібопродукт», протоколом дистанційних річних Загальних Зборів акціонерів № 1 від 28.12.2020.

Відповідно до зазначених вище документів ПрАТ «МХП» є юридичною особою, створеною 27.03.2006, основним видом діяльності якої є оптова торгівля м'ясом і м'ясними продуктами, а також виробництво м'яса свійської птиці.

У 2007 році почала працювати перша лінія виробництва ЗАТ «Миронівська птахофабрика» (м. Канів).

У 2008 році МХП провів первинне публічне розміщення акцій (у формі глобальних депозитарних розписок) на Лондонській фондовій біржі. 15 травня 2008 року МХП став першою українською аграрною компанією, яка залучила іноземний акціонерний капітал у ході ІРО на Лондонській фондовій біржі. Акції МХП котируються під тикером МНРС.

Розширюється продуктова лінійка МХП за рахунок таких торговельних марок, як «Башинський» та «Європродукт».

У 2009 році здійснено рестайлінг торговельної марки «НАША РЯБА»;

завершено будівництво другої лінії Миронівської птахофабрики, яка стає найпотужнішим підприємством на українському ринку промислового виробництва курятини та одним з найпотужніших підприємств цього спрямування у Європі.

У 2010 році в Ладжині розпочато будівництво птахофабрики «Вінницький бройлер» потужністю 440 тис. тонн курятини на рік.

У 2011 році стартував проєкт «Біогаз» з будівництва біогазової станції на курячому посліді на потужностях птахофабрики «Оріль-Лідер» (Дніпропетровська обл.).

У 2012 році збудовано і введено в експлуатацію першу чергу Вінницького комплексу. У квітні 2012 року МХП завершено будівництво біогазової станції на птахофабриці «Оріль-Лідер».

У 2013 році у ТОВ «Вінницька птахофабрика» працювали дев'ять зон вирощування. Три підприємства компанії отримали єврономери, що забезпечило початок експорту продукції до країн ЄС.

У 2014 році завершено будівництво і введено в експлуатацію першу чергу Вінницької птахофабрики потужністю близько 220 тис. тонн м'яса птиці на рік. Підприємство отримало дозвіл на експорт своєї продукції до ЄС та розпочало експорт курятини під торговельною маркою «Qualiko».

Вперше МХП бере участь у найбільших світових виставках продуктів харчування: GULFOOD (Дубай, ОАЕ) і SIAL (Париж, Франція). Географія експорту досягає 50 країн, серед яких країни СНД, Азії, Африки, Близького Сходу.

Створено лінійку охолоджених готових до споживання продуктів Chik&Go.

У 2015 році МХП вперше взяв участь у міжнародній виставці AGUNA (Кельн, Німеччина), загальна кількість контрактів по цьому заходу склала 310.

У червні цього ж року в Брюсселі шість продуктів компанії отримали нагороди ITQI (International taste&quality institute) – Міжнародного інституту смаку та якості – як переможці міжнародного конкурсу Superior Taste Awards 2015.

У 2016 році відкрито підприємство в Королівстві Нідерланди – перше представництво та виробничий майданчик МХП у Європі.

Започатковано конкурс мікрогрантових проєктів для сільського населення «Село. Кроки до розвитку», спрямований на стимулювання соціальної активності та розвитку сільських громад.

У 2017 році здійснено рестайлінг компанії МХП; 7 листопада 2017 року презентовано оновлений логотип МХП.

За голландською моделлю відкрито переробне підприємство у Словаччині.

МХП одним із перших в Україні запровадив на своїх підприємствах систему НАССР (аналіз небезпечних чинників та критичні точки контролю).

У 2018 році МХП придбав Perutnina Ptuj, міжнародну та одну з найбільших компаній з виробництва курятини і продуктів з м'яса птиці в

Південно-Східній Європі.

МХП став одним з найкращих роботодавців України за версією міжнародної консалтингової компанії Korn Ferry та українського бізнес-видання «Власть денег». Також компанія отримала спеціальну нагороду «За внесок в розвиток культури HR-брендінгу в Україні» від НН за програму кар'єрного розвитку «МХП Старт».

У 2019 році акції компанії у формі глобальних депозитарних розписок допущено до обігу на території України.

Отже, ПрАТ «МХП» є вертикально інтегрованою компанією, що контролює повний виробничий цикл отримання товарного м'яса курки: вирощує зерно для виробництва комбикормів; виготовляє корми для своїх птахофабрик з вирощування батьківського поголів'я і фабрик з виробництва м'яса птиці.

Продукція під торговельною маркою «НАША РЯБА» виробляється на трьох підприємствах ПрАТ «МХП»: Приватному акціонерному товаристві «Миронівська птахофабрика», Товаристві з обмеженою відповідальністю «Вінницька птахофабрика», Приватному акціонерному товаристві «Оріль-Лідер».

ПрАТ «Миронівська птахофабрика» працює за моделлю замкнутого циклу, забезпечуючи виробництво від добового молодняка до м'яса курчат-бройлерів.

На сьогодні виробничі потужності підприємства включають: інкубаторно-птахівничу станцію потужністю 214 млн. яєць на рік; 27 виробничих ділянок із 432 пташниками; комплекс з переробки курчат-бройлерів на дві забійні лінії; очисні споруди.

У 2019 році загальна кількість виведення поголів'я курчат та виробництва м'яса птиці становила досить значні обсяги¹.

ПрАТ «Миронівська птахофабрика» має дозвіл на експорт продукції до країн ЄС та є членом міжнародної платформи SEDEX (Supplier Ethical Data EXchange).

Безпечність та якість виробництва підтверджені міжнародними сертифікатами відповідності, зокрема: Halal; BRC Global Standard for Food Safety (редакція 8); GTP+B2 Виробництво кормових інгредієнтів.

Заявник є найбільшим експортером курячої продукції в Україні, що свідчить про стабільну якість продукції власного виробництва, яку визнали більше 80 країн світу.

ПрАТ «Миронівська птахофабрика» активно реалізує соціальні проекти, зокрема на території Канівської громади Черкаської області.

Одним із стратегічних напрямків є підтримка: діяльності закладів освіти, культури, медицини, соціального захисту.

З метою поліпшення освіти дітей у Черкаській області підприємством було виділено понад 800 тис. грн, включаючи витрати на поліпшення

¹ Розмір обсягів не оприлюднюється, оскільки ці відомості визначено заявником конфіденційною інформацією.

матеріальної бази шкіл та дитячих садочків.

Для реалізації проєкту «Лікар для села» було залучено кошти підприємства у розмірі близько 540 тис. грн з метою підвищення якості надання медичних послуг населенню.

У 2019 році було розширено географію пересувного соціального магазину, який охоплює 32 населені пункти, а його послугами користуються понад 4 000 пенсіонерів.

ПрАТ «Миронівська птахофабрика» протягом п'яти років поспіль виступає спонсором Дня міста Канів. Важливою ініціативою також стала підтримка волонтерських організацій та учасників АТО, турбота про вихованців дитячого будинку в межах проєкту «Штурмуємо інтернати разом».

За підсумками 2019 року ПрАТ «Миронівська птахофабрика» сплачено податків до бюджетів різних рівнів на суму понад 255 млн грн, з яких до місцевих бюджетів надійшло майже 115 млн. грн, до державного бюджету – понад 140 млн. грн.

ПрАТ «Миронівська птахофабрика» здійснює поставки м'яса птиці в асортименті ПрАТ «МХП» на підставі договорів поставки та видаткових накладних, а також використовує торговельні марки «НАША РЯБА» на підставі ліцензійних договорів.

Приватне акціонерне товариство «Оріль-Лідер» (далі – ПрАТ «Оріль-Лідер») є виробничим комплексом, введеним в експлуатацію у 1980-1981 роках. До складу МХП підприємство увійшло в 2001 році.

ПрАТ «Оріль-Лідер» створено шляхом зміни найменування Закритого акціонерного товариства з іноземними інвестиціями «Оріль-Лідер» за рішенням засновників Виконавчим комітетом Дніпропетровської міської ради 22.11.1996. Товариство є правонаступником всього майна, обов'язків та прав Закритого акціонерного товариства з іноземними інвестиціями «Оріль-Лідер».

На підтвердження юридичного статусу ПрАТ «Оріль-Лідер» надано: виписку з ЄДРПОУ щодо ПрАТ «Оріль-Лідер» станом на 28.12.2015; витяг з ЄДРПОУ щодо ПрАТ «Оріль-Лідер» станом на 13.07.2021; копію статуту ПрАТ «Оріль-Лідер» від 2020 року, затвердженого рішенням акціонерів № 1-33А від 22.04.2020.

Згідно з рішенням Загальних зборів (протокол № 1 від 25.03.2005) створено відокремлений підрозділ ПрАТ «Оріль-лідер» – Єлизаветівську філію ПрАТ «Оріль-Лідер». На сьогодні підприємство має такі виробничі потужності: 3 виробничі лінії; 24 виробничі ділянки; 239 пташників; інкубаторій потужністю 75 млн. яєць на рік; забійний цех з переробкою бройлерів (9 500 голів на годину); очисні споруди; комплекс з виробництва біогазу потужністю 5,5 МВт.

На підприємстві виробляється продукція під торговельними марками «НАША РЯБА», «Наша Ряба Апетитна», «Секрети Шефа», «Kurator»: м'ясо птиці охолоджене, заморожене, фасоване, нефасоване, свіжомариноване.

ПрАТ «Оріль-Лідер» приділяє особливу увагу питанню безпечності

харчової продукції. Підприємство сертифіковано відповідно до стандарту ДСТУ ISO 22000:2019 (ISO 22000: 2018, IDT) Система управління безпечністю харчових продуктів.

На підприємстві впроваджено інтегровану систему управління сільськогосподарським виробництвом Global G.A.P., яка охоплює процеси вирощування птиці від отримання яйця до транспортування птиці на забій. Вимоги стандарту ґрунтуються на належній сільськогосподарській практиці (GAP – Good Agricultural Practice), системі аналізу ризиків та критичних точок контролю (Система НАССР), охороні навколишнього середовища, здоров'ї та добробуті працівників, благополуччі тварин.

ПрАТ «Оріль-Лідер» забезпечує дотримання санітарних та екологічних норм на всіх етапах виробництва. У 2017 році підприємство отримало сертифікат «Система управління безпекою харчових продуктів» – ДСТУ ISO 22000: 2007 (ISO 22000: 2005).

ПрАТ «Оріль-Лідер» – постійний учасник екологічних ініціатив та програм. У 2018 році підприємство було визнано найбільш екологічним у Дніпропетровській області.

У 2019 році ПрАТ «Оріль-Лідер» включено до рейтингу ТОП-20 найкращих екопрограм компаній як приклад створення екоорієнтованого закритого виробничого циклу.

У 2019 році витрати підприємства на соціальне забезпечення працівників становили понад 1 млн. грн.

Підприємство отримало нагороду Національного бізнес-рейтингу «Лідер галузі 2020».

ПрАТ «Оріль-Лідер» здійснює поставки м'яса птиці в асортименті ПрАТ «МХП» на підставі договорів поставки та видаткових накладних, а також використовує торговельні марки «НАША РЯБА» на підставі ліцензійних договорів.

Товариство з обмеженою відповідальністю «Вінницька птахофабрика» (далі – ТОВ «Вінницька птахофабрика») є одним з найбільших в Україні та Європі, оснащеним сучасним обладнанням з використанням новітніх технологій.

На підтвердження юридичного статусу ТОВ «Вінницька птахофабрика» надано:

виписку з ЄДРПОУ щодо ТОВ «Вінницька птахофабрика» станом на 13.12.2019;

витяг з ЄДРПОУ щодо ТОВ «Вінницька птахофабрика» станом на 30.07.2021;

копію статуту ТОВ «Вінницька птахофабрика», затвердженого Загальними зборами учасників, протокол № 18 від 12.10.2018.

Згідно з рішенням Загальних зборів учасників ТОВ «Вінницька птахофабрика» від 07.11.2011 створено Філію «Переробний комплекс»

Товариства з обмеженою відповідальністю «Вінницька птахофабрика», а вже у наступному році відбулася перша посадка птиці у пташники.

До складу підприємства входять: 3 відділення; 19 ділянок з вирощування птиці; 722 пташники (55 тис. голів в одному пташнику); бригади по вирощуванню курчат-бройлерів; інкубаторно-птахівнича станція; водофільтрувальна станція.

На підприємстві впроваджено інтегровану систему управління сільськогосподарським виробництвом Global G.A.P., яка охоплює процеси вирощування птиці від отримання яйця до транспортування птиці на забій.

ТОВ «Вінницька птахофабрика» здійснює поставки м'яса птиці в асортименті ПрАТ «МХП» на підставі договорів поставки та видаткових накладних, а також використовує торговельні марки «НАША РЯБА» на підставі ліцензійних договорів.

Наразі широкий асортимент фасованої та нефасованої продукції під торговельною маркою «НАША РЯБА» реалізується у роздрібних торгових мережах, а також через понад 1 700 франчайзингових торговельних точок по всій Україні, через які реалізується близько 35 % охолодженої курятини виробництва ПрАТ «МХП».

Завдяки власній логістичній системі заявник контролює свіжість, якість і безпеку на всіх етапах: від вирощування зернових для комбікормів до розподілу та продажу м'яса в кожній точці.

ПрАТ «МХП» – перша вітчизняна компанія, яка запропонувала українцям охолоджену, а не заморожену курятину. Доставка продукції під торговельною маркою «НАША РЯБА» здійснюється власними вантажівками-рефрижераторами (понад 500 вантажівок) з дотриманням необхідного температурного режиму по всій території України.

На підприємствах з виробництва продукції під торговельною маркою «НАША РЯБА» впроваджена система НАССР, менеджмент харчової безпечності сертифіковано незалежним сертифікаційним органом відповідно до ДСТУ ISO 22000 та BRC Food Safety, впроваджені сучасні технології виробництва, переробки та пакування продукції.

Турбота про релігійні традиції також є частиною переконань ПрАТ «МХП», тому на підприємстві впроваджено систему добровільної сертифікації згідно з нормами і вимогами Ісламу – HALAL.

Вся продукція, що випускається ПрАТ «МХП» під торговельною маркою «НАША РЯБА», має повний пакет дозвільних документів, необхідних для реалізації охолодженої та замороженої курятини, напівфабрикатів та напівфабрикатів кулінарних з м'яса курчат-бройлерів охолоджених та заморожених в Україні та інших країнах світу, що підтверджується відповідними сертифікатами.

Асортимент фасованої та нефасованої продукції під торговельною маркою «НАША РЯБА» складає більше 30 товарних позицій, серед яких: ціла тушка, гомілка без шкірки, грудна частина тушки, локтєва частина, філе, крило, шия,

тушка різана, м'ясо стегна, філе стегна, ніжка фарш, гомілка, стегно, м'ясо гомілки, кисть крила, передня частина тушки, верхня частина спинки, ковбаски, мітболи, рулет курячий, фрикадельки, четвертна задня частина, стріпси, курочка су-від, котлети, шлунок, печінка, нижня частина спинки, напівтушка, серце тощо.

Зазначений асортимент продукції під торговельною маркою «НАША РЯБА» упаковується у такі типи опаккування: РЕТ-лоток, вакуум, нефасована продукція, картонна упаковка.

Постачання пакувальних матеріалів для продукції під торговельною маркою «НАША РЯБА» здійснюється такими українськими компаніями: ТОВ «Сіріус Екструджен», ТОВ «Леонікс», ТОВ «Новопак СВ», ТОВ «Ес Ей Бі Техноват», ТОВ «Український папір», ТОВ «Юнівак Україна» та ТОВ «Сілд Ейр (Україна) Лімітед».

Перелік договорів та доданих до них документів, наданих для ознайомлення колегії Апеляційної палати, не є вичерпним.

Заявник зазначає, що споживачам добре відома торговельна марка «», яка безперервно використовується заявником з 2012 року для позначення товарів 29 класу МКТП: «курятина», що використовувалось та продовжує використовуватися на різних за формою та кольором етикетках і у різних дизайнерських рішеннях.

На підтвердження доброї відомості торговельної марки «» щодо товарів, для яких вона використовується, заявником надано копії таких документів:

- 1) бібліографічні дані торговельної марки «НАША РЯБА, комб.» за свідоцтвом України № 108239 від 10.06.2009;
- 2) зображення торговельної марки «НАША РЯБА, комб.»;
- 3) виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань стосовно ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» станом на 01.12.2020;
- 4) статут ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» від 2017 року, затверджений загальними зборами ПАТ «Миронівський хлібопродукт», протоколом Загальних Зборів № 2 від 27.04.2017;
- 5) виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань стосовно ПрАТ «МХП»;
- 6) витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань стосовно ПрАТ «МХП»;
- 7) статут ПрАТ «МХП» від 2020 року, затверджений зборами акціонерів Приватного товариства «Миронівський хлібопродукт», протоколом дистанційних річних Загальних Зборів акціонерів № 1 від 28.12.2020;
- 8) виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань стосовно ПрАТ «Миронівська птахофабрика» станом на 16.08.2017;

9) витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань стосовно ПрАТ «Миронівська птахофабрика» станом на 02.11.2020;

10) статут ПрАТ «Миронівська птахофабрика» від 2020 року, затверджений рішенням акціонерів № 1-33А від 22.04.2020;

11) договори поставки № 21419-Г від 31.03.2020, № 21418-Г від 31.03.2020, укладені між ПрАТ «Миронівська птахофабрика» та ПрАТ «Миронівський хлібопродукт», з видатковими накладними до них, а також видаткові накладні до договорів № 3470-Г від 31.12.2014, № 5320-Г від 31.12.2015, № 6880-Г від 30.12.2016, № 7252-Г від 25.04.2017, № 7927-Г від 28.08.2017, № 8032-Г від 20.09.2017, № 9496-Г від 30.04.2018;

12) ліцензійні договори про право користування торговельною маркою «НАША РЯБА, комб.» за свідоцтвом України № 108239: № 0648-Г від 29.12.2012, № 1872-Г від 31.12.2013, № 7489-Г від 30.06.2017, № 23348-Г від 01.09.2020, з додатками до них;

13) виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань стосовно ПрАТ «Оріль-Лідер» станом на 28.12.2015;

14) витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань стосовно ПрАТ «Оріль-Лідер» станом на 13.07.2021;

15) статут ПрАТ «Оріль-Лідер» від 2020 року, затверджений рішенням акціонерів № 1-33А від 22.04.2020;

16) положення про Єлизаветівську філію ПрАТ «Оріль-Лідер», затверджене рішенням № 4 Акціонерів ПрАТ «Оріль-Лідер»;

17) договір поставки № 26018-Г від 26.01.2021, укладений між ПрАТ «Оріль-Лідер» та ПрАТ «Миронівський хлібопродукт», з видатковими накладними до них;

18) ліцензійні договори про право користування торговельними марками «НАША РЯБА» № 1873-Г від 31.12.2013, № 7485-Г від 30.06.2017, № 23349-Г від 01.09.2020, з додатками до них;

19) виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань стосовно ТОВ «Вінницька птахофабрика» станом на 13.12.2019;

20) витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань стосовно ТОВ «Вінницька птахофабрика» станом на 30.07.2021;

21) статут ТОВ «Вінницька птахофабрика», затверджений Загальними зборами учасників протокол № 18 від 12.10.2018; положення про Філію «Переробний комплекс» Товариства з обмеженою відповідальністю «Вінницька Птахофабрика», затверджене Загальними зборами учасників ТОВ «Вінницька птахофабрика»;

22) договори поставки № 6895 від 30.12.2016, № 20523-Г від 30.01.2020, № 21420-Г від 31.03.2020, № 23220-Г від 25.08.2020, № 24153-Г від 12.11.2020,

№ 25896-Г від 19.01. 2021, № 26971-Г від 24.03.2021, № 26656-Г від 01.03.2021, з видатковими накладними до них, укладені між ТОВ «Вінницька птахофабрика» («Переробний комплекс» Товариства з обмеженою відповідальністю «Вінницька Птахофабрика»);

23) ліцензійні договори про право користування торговельною маркою «НАША РЯБА, комб.» за свідоцтвом України № 108239 № 1870-Г від 31.12.2013, № 7493-Г від 30.06.2017, № 23350- Г від 01.09.2020, з додатками до них;

24) сертифікат на систему управління безпечністю харчових продуктів органу з сертифікації систем управління ДП «Черкасистандартметрологія» № UA 8.026.012-12-СУБХП від 14.03.2012, виданий ПрАТ «Оріль-Лідер» (ДСТУ ISO 22000:2007);

25) сертифікат на систему управління якістю органу з сертифікації систем управління ДП «Черкасистандартметрологія» № UA 2.026.06794-12 від 14.03.2012, виданий ПрАТ «Оріль-Лідер» (ДСТУ ISO 22000:2007);

26) сертифікат органу з сертифікації систем управління ДП «Черкасистандартметрологія» № UA 80087.008-17-СУБХП від 12.04.2017, виданий ПрАТ «Оріль-Лідер»;

27) сертифікат органу з сертифікації систем управління ДП «Черкасистандартметрологія» № UA 80087.033-20-СУБХП від 12.04.2020, виданий ПрАТ «Оріль-Лідер»;

28) сертифікат на систему управління безпечністю харчових продуктів органу з сертифікації систем управління ДП «Черкасистандартметрологія» № UA 880087.033-20-СУБХП від 12.04.2020, виданий ПрАТ «Оріль-Лідер» (ДСТУ ISO 22000:2007);

29) сертифікати «HALAL» для ТОВ «Вінницька птахофабрика» від 29.08.2017 № 550/2017-1438, від 29.08.2020 № 757/2020-1442;

30) сертифікати «HALAL» ПрАТ «Миронівський хлібопродукт» та ПрАТ «Миронівська птахофабрика» від 29.08.2017 № 551/2017-1438, від 29.08.2020 № 56/2020-1442;

31) сертифікати «Global Standart for Food Safety» UA15/818841853, видані ПрАТ «Миронівська птахофабрика» від 10.12.2015, 21.11.2016, 14.11.2017, 25.09.2018, 23.10.2019, 13.10.2020;

32) сертифікати «Global Standart for Food Safety» UA15/818841854, видані Філії «Переробний комплекс» ТОВ «Вінницька птахофабрика» від 10.12.2015, 03.11.2016, 15.11.2017, 08.10.2018, 08.10.2019, 15.10.2020;

33) аудиторські звіти за 2020 рік по трьох фабриках ПрАТ «МХП»: ПрАТ «Оріль-Лідер», ПрАТ «Миронівська птахофабрика», ТОВ «Вінницька птахофабрика»;

34) презентація з асортиментом продукції торговельної марки «НАША РЯБА» станом на 2021 рік;

35) договори поставки та купівлі-продажу, укладені з ТОВ «Сіріус Екструджен», та додані до них документи: № 010943 від 21.01.2014, № 011351 від 16.01.2015, № 030216 ВПФ від 03.02.2016, № 030216 МПФ від 03.02.2016,

№ 00871 від 26.10.2017, № 26112018 від 26.11.2018, № 010481 від 10.01.2018, № БВ 20122019 від 20.12.2019, № БВ04122020 від 04.12.2020;

36) договори поставки, укладені з ТОВ «Леонікс», та додані до них документи: № 19/04/2019 від 19.04.2019, № 78/19 від 27.08.2019;

37) договори поставки, укладені з ТОВ «Новопак СВ», та додані до них документи: № 103 від 02.01.2018, № 104 від 02.01.2018, № 105 від 02.01.2018, № 06/05/19 від 06.05.2019, а також специфікації до договорів № 96 від 09.12.2016, № 97 від 09.12.2016, № 98 від 09.12.2016;

38) договори поставки, укладені з ТОВ «Ес Ей Бі Техноват», та додані до них документи: № SAB 01/03 від 01.03.2016, № SAB 01/08 від 01.08.2016, № SAB 02/08 від 29.08.2016, № SAB 03/08 від 29.08.2016, № SAB 01/11 від 28.11.2016, № SAB 02/11 від 28.11.2016, № SAB 03/11 від 28.11.2016, № SAB 01/12 від 04.12.2017, № SAB 03/12 від 04.12.2017, № SAB 02/12 від 04.12.2017, а також специфікації до договорів № SAB 01/07 від 30.07.2015, № SAB 02/07 від 30.07.2015, № SAB 02/06 від 18.006.2014;

39) договори поставки, укладені з ТОВ «Український папір», та додані до них документи: № 1423 від 01.01.2016, № 56 від 22.01.2016, № 345 від 17.10.2016, № 0812 від 08.12.2016, № 828 від 30.12.2016, № 203 від 20.11.2017, № 201 від 20.11.2017, № 14112018 від 14.11.2018, № БВ15062020 від 15.06.2020, а також специфікації до договору № 14112018 від 14.11.2018;

40) договір поставки, укладений з ТОВ «Юнівак Україна», № БВ27/05/20 від 27.05.2020 та додані до нього документи;

41) договори поставки, укладені з ТОВ «Сілд Ейр (Україна) Лімітед», та додані до них документи: № 25/11 МПФ від 25.11.2016, № 25/11 ОЛ від 25.11.2016, № 4/12 МХП від 04.12.2017;

42) інформаційний лист ПрАТ «МХП» щодо припинення використання в своїй господарській діяльності печатки підприємства;

43) презентація з еволюцією упаковок товарів «НАША РЯБА» з 2012 року по 2021 рік;

44) довідка ТОВ «Аснільсен Юкрейн» вих. № 51 від 02.03.2021 та звіт Nielsen Consumer Insights Ukraine «Дослідження здоров'я бренда товарів МХП» за 2020 рік;

45) довідка ТОВ «ІНМАЙНД» вих. 45 від 10.03.2021 та звіт InMind за 2020 рік;

46) довідка ТОВ «Іпсос» вих. № 1-31/08-2021 від 31.08.2021 та звіт «Трекінг марок и реклами охладженного куриного мяса» з перекладом українською мовою;

47) роздруківки з сайтів, які підтверджують те, що МХП та продукція «НАША РЯБА» відзначалися у національних конкурсах;

48) роздруківки з сайту focus.ua з рейтингом журналу «Фокус» за 2009-2013 роки;

49) роздруківки з сайту favor.com.ua з результатами інтернет-голосування споживачів, проведеного в рамках конкурсу «Фаворити Успіху» в категорії

«М'ясна продукція/Куряче м'ясо», в якому куряче м'ясо «НАША РЯБА» посідало чільні місця протягом 2006-2021 років;

50) звіти-буклети за 2011-2019 роки з результатами дослідження громадських уподобань в рамках конкурсу «Фаворити Успіху» в Україні в категорії «Куряче м'ясо» (продукти харчування);

51) диплом «Фаворит Успіху» за 2011 рік, який засвідчує, що торговельна марка «НАША РЯБА» посіла почесне перше місце в рейтингу з переможним статусом «Абсолютний Фаворит» в категорії «Куряче м'ясо»;

52) звіт «Агенції MPP Consulting» щодо потенційної ринкової вартості торговельної марки (бренду) від 21.01.2021 та роздруківки з сайту www.mppconsulting.com.ua, що містять результати проведених досліджень у період 2007-2021 роки;

53) роздруківки з сайтів <https://www.otzyvua.net/> та <https://otzovik.com> з відгуками споживачів;

54) бухгалтерська довідка від 25.08.2022 вих. № 6-25.08.22, що підтверджує загальний об'єм виробництва товарів під торговельною маркою «НАША РЯБА» у період з 2019 року по червень 2021 року;

55) бухгалтерська довідка від 25.08.2022 вих. № 7-25.08.22, що підтверджує загальний об'єм продажу товарів торговельної марки «НАША РЯБА» у період з 2016 року по червень 2022 року;

56) договори поставок з торговельними мережами, додатки до них, видаткові та транспортні накладні;

57) реєстр договорів поставок з торговельними мережами, починаючи з 2012 року;

58) бухгалтерська довідка від 25.08.2022 року вих. № 8-25.08.22, що інформує про розрахунки торговельних мереж з ПрАТ «МХП» за придбання продукції, маркованої торговельною маркою «НАША РЯБА»;

59) реєстр договорів поставки за період з 2016 по 2021 роки за напрямом традиційний роздріб – торгові точки;

60) договори поставок з торговими точками (традиційний роздріб), додатки до них, та видаткові накладні з 2016 року по 2021 рік;

61) бухгалтерська довідка від 25.08.2022 вих. № 1-25.08.22, що інформує про розрахунки торгових точок з ПрАТ «МХП» за придбання продукції, маркованої торговельною маркою «НАША РЯБА»;

62) реєстр договорів поставки для оптовиків за період з 2016 по 2021 роки;

63) договори поставки для оптовиків з 2018 по 2021 роки, а також видаткові накладні до них;

64) бухгалтерська довідка від 25.08.2022 вих. № 3-25.08.22, що інформує про розрахунки оптовиків з ПрАТ «МХП» за придбання продукції, маркованої торговельною маркою «НАША РЯБА»;

65) реєстр договорів поставки для дистриб'юторів за період з 2016 по 2021 роки;

66) договори поставки для дистриб'юторів з 2018 по 2021 роки, а також видаткові накладні до них;

67) бухгалтерська довідка від 25.08.2022 вих. № 2-25.08.22, що інформує про розрахунки дистриб'юторів з ПрАТ «МХП» за придбання продукції, маркованої торговельною маркою «НАША РЯБА»;

68) USB-флешнакопичувач з фотографічними зображеннями франчайзингових точок з продажу продукції «НАША РЯБА», зразками реклами на радіо та YouTube – 1 шт, а також інформація з сайту mhr.com.ua, що підтверджує кількість франчайзингових точок;

69) реєстр договорів поставки (франчайзинг) за період з 2004 по 2021 роки;

70) договори поставки (франчайзинг) з 2018 по 2021 роки, а також видаткові накладні до них;

71) бухгалтерська довідка від 25.08.2022 № 5-25.08.22, що інформує про виплати, що здійснювалися користувачами (франчайзі) ПрАТ «МХП» за придбання продукції «НАША РЯБА»;

72) реєстр договорів комерційної концесії (франчайзингових договорів) за період з 2012 по 2021 роки;

73) франчайзингові договори, що підтверджують здійснення виплат за використання торговельної марки «НАША РЯБА»;

74) бухгалтерська довідка від 25.08.2022 № 4-25.08.22, що інформує про виплати, що здійснювалися ліцензіатами ПрАТ «МХП» за використання торговельної марки у період з 2016 по 2020 роки;

75) додаткові угоди до договору від 22.03.2016 № 22032016, що були укладені між ДП «Медіа Дирекція» та ПАТ «Миронівський хлібопродукт» у 2016 році;

76) договір № 011117 від 01.09.2017, укладений між ТОВ «Рекламне агентство АІТІ» та ПАТ «Миронівський хлібопродукт», про надання послуг, а також додаткові угоди і додатки до нього за період 2017-2020 роки;

77) довідка ТОВ «РА «АІТІ» № 65 від 05.06.2021 щодо розміщення рекламних матеріалів в ефірі телеканалів для продукції «НАША РЯБА»;

78) договір про надання послуг № UM/15/10/2020 від 15.10.2020, укладений між ТОВ «Юніверсал Маккен Медіа» та ПАТ «Миронівський хлібопродукт», а також відповідні акти до нього за 2020 рік;

79) довідки ТОВ «Юніверсал Маккен Медіа» вих. № 45 від 15.06.2021 та вих. № 46 від 15.06.2021 щодо розміщення рекламних матеріалів в ефірі телеканалів для продукції «НАША РЯБА»;

80) договір № Гпр-5 від 23.12.2020 про розповсюдження реклами, укладений між ТОВ «Глобал Медіа Груп» та ПАТ «Миронівський хлібопродукт», та акти про надання послуг за 2021 рік;

81) довідка ТОВ «Глобал Медіа Груп» вих. № 240 від 26.07.2021 щодо розміщення рекламних матеріалів в ефірі телеканалів для продукції «НАША РЯБА»;

82) довідка ТОВ «РА «АІТІ» вих. № 66 від 05.06.2021 щодо розміщення рекламних матеріалів на радіо для продукції «НАША РЯБА» та грошових витрат на рекламу;

83) довідка ТОВ «Юніверсал Маккен Медіа» вих. № 11062021/ЮМ від 11.06.2021 щодо розміщення рекламних матеріалів на радіо для продукції «НАША РЯБА» та грошових витрат на рекламу;

84) довідка ТОВ «Маркетплейс» № МП.23.07.2021-504981 від 23.07.2021 щодо розміщення рекламних матеріалів на радіо для продукції «НАША РЯБА» та грошових витрат на таке рекламування;

85) довідка ТОВ «Рекламне агентство АІТІ» вих. № 67 від 05.06.2021 щодо розміщення рекламних матеріалів в мережі «Інтернет» для продукції «НАША РЯБА» та грошових витрат на таке рекламування;

86) договір про надання послуг № БВ2810 від 28.10.2020, укладений з ТОВ «МІКС ДІДЖИТАЛ», з додатками до нього;

87) довідка ТОВ «МІКС ДІДЖИТАЛ» вих. № 1694 від 14.06.2021 щодо розміщення рекламних матеріалів в мережі «Інтернет» для продукції «НАША РЯБА» та грошових витрат на таке рекламування;

88) додаткові угоди та додатки до договору № 2004ДМ від 20.04.2016, укладеного між ПАТ «Миронівський хлібопродукт» та ДП «Медіа Дирекція»;

89) фотозвіт ПрАТ «МХП» за січень 2019 року з інформацією про розміщення рекламних білбордів та вивісок з рекламою продукції «НАША РЯБА»;

90) фотозвіт ПрАТ «МХП» за грудень 2018 року з інформацією про розміщення рекламних білбордів та вивісок з рекламою продукції «НАША РЯБА»;

91) зразки реклами, розміщеної у метрополітені;

92) реєстр договорів маркетингових послуг за період з 2012 по 2021 роки;

93) договори про надання послуг за період з 2013 по 2019 роки (маркетингові та рекламні послуги);

94) звіти торговельних мереж щодо проведеного аналізу рівня попиту на продукцію «НАША РЯБА» та динаміки попиту в розрізі видів продукції, починаючи з 2016 року;

95) бухгалтерська довідка від 25.08.2022 вих. 9-25.08.22, що інформує про розрахунки, здійснені ПрАТ «МХП» на просування торговельної марки «НАША РЯБА», за період з 2016 року по березень 2021 року;

96) роздруківки офіційних сторінок заявника у соціальних мережах «Facebook», «Instagram» та «YouTube»;

97) роздруківка з сайту mhp.com.ua;

98) роздруківка з сайту mhp.com.ua, що була зафіксована 18.02.2008 за допомогою сервісу Web archive;

99) роздруківка з сайту ryaba.ua;

100) роздруківка з сайту ryaba.ua, що була зафіксована 09.10.2016 за допомогою сервісу Web archive;

101) роздруківка з WHOIS-сервісу, (отримана за посиланням <https://www.imena.ua/whois.php?domain=ryaba.com.ua>) на сайті реєстратора доменних імен Imena.UA з інформацією про доменне ім'я ryaba.com.ua та про його власника з перекладом на українську;

102) довідка ТОВ «Банком» вих. № б/н від 18.01.2021 про стан доменних імен;

103) довідка ТОВ «Микс Диджитал» вих. № 1489 від 05.03.2021 з показниками відвідуваності вебресурсу <https://ryaba.ua/ru/>, починаючи з 2019 року;

104) звіти google-аналітики за 2019-2020 роки, що містять дані про частоту відвідуваності сайту «НАША РЯБА» з розбивкою по регіонах України та з-за кордону;

105) роздруківки з сайтів, що підтверджують спонсорство зі сторони МХП;

106) роздруківки з сайтів з інформацією про благодійні проєкти МХП;

107) роздруківки з сайтів, що підтверджують допомогу МХП під час війни з росією;

108) бібліографічні дані свідоцтв України №№ 28365, 108239, 111474, 166232, 166233, 166606, 166607, 166608, 166609, 166610, 166611, 175434, 175435, 182781, 187168, 234725, 237213, 237214, 238888, 239424, 288950, 291912, 299199, 299200, 303557;

109) бібліографічні дані міжнародної реєстрації № 1514213 на торговельну марку «»;

110) бібліографічні дані заявок №№ m 202103940, m 2021 04371, m 2021 04566, m 2021 04568, m 2021 04569, m 2021 04576, m 2021 05181, m 2021 05267, m 2021 05892, m 2021 05893, m 2021 10918, m 2021 15189, m 2021 15191, m 2021 15841, m 2021 21867, m 2021 22651, m 2021 26764, m 2021 26757, m 2022 01245, m 2022 04189, m 2022 03301, m 2022 03304, m 202201249, m 2022 01252, поданих на реєстрацію торговельних марок.

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

«» 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 інформація про фактори, що визначені Законом, хоча і не обмежуючись нею.



Для визначення того, чи є торговельна марка «» 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, що визначає доречний сектор суспільства, в якому знак є добре відомим, найбільш доречним сектором суспільства для товарів, що реалізуються під торговельною маркою «НАША РЯБА, комб.», подавець заяви вважає фактичних і/або потенційних споживачів товарів 29 класу МКТП: «курятина», щодо яких заявник просить визнати торговельну марку добре відомою в Україні. До такого кола належить населення України без вікових обмежень, яке немає медичних протипоказань до вживання даних продуктів та фахівці – особи, які займаються реалізацією цього виду товарів (дистриб'ютори оптових партій товару, консультанти і продавці спеціалізованих магазинів і супермаркетів тощо), зокрема фахівці великих та малих підприємств харчової промисловості, які використовують куряче м'ясо як інгредієнти для виготовлення кінцевого товару.

На підтвердження високого ступеня відомості торговельної марки «НАША РЯБА, комб.» серед доречного кола споживачів та фахівців галузі заявник надав результати таких соціологічних досліджень:

На замовлення заявника ТОВ «КОМПАНІЯ ІНМАЙНД» проводило дослідження «Відслідковування часток ринку та індикаторів здоров'я бренду виробників охолодженого м'яса птиці», яке оцінювало силу бренду та його імідж.

Дослідження проводилось у шести містах України (Київ, Харків, Одеса, Дніпро, Запоріжжя, Львів) серед респондентів у віці від 20 до 50 років. Опитування охоплювало чоловіків і жінок різного сімейного стану, рівня освіти, доходу та зайнятості, а джерелами інформації про торговельну марку «НАША РЯБА» для респондентів були телебачення, зовнішня реклама, інтернет, соціальні мережі, брошури, каталоги, радіо та інші засоби комунікації.

За результатами дослідження, проведеного у період з березня 2017 року по жовтень 2020 року, було встановлено, що торговельна марка «НАША РЯБА»: залишається лідером категорії – охолоджене м'ясо птиці; є найбільш впізнаваною та найбільш вживаною серед споживачів; має високий рівень довіри споживачів до продукції під цією торговельною маркою.

В 2012 році на замовлення заявника ТОВ «Іпсос» проводило трекінгове дослідження серед споживачів в категорії охолодженого курячого м'яса з метою визначення рівня відомості торговельної марки «НАША РЯБА».

Опитування проводилося методом особистого інтерв'ю «віч-на-віч» серед мешканців найбільших міст України: Київ, Вінниця, Суми, Харків, Львів, Луцьк, Дніпропетровськ, Донецьк, Запоріжжя, Луганськ, Сімферополь, Одеса.

Цільова аудиторія: чоловіки (15 %) та жінки (85 %) віком від 20 до 50 років, які купують куряче м'ясо не рідше, ніж раз на місяць.

За результатами дослідження, станом на 2012 рік: торговельна марка «НАША РЯБА» була майже на 100 % впізнаваною серед споживачів охолодженого курячого м'яса; 97 % респондентів зазначили, що коли-небудь купували охолоджене куряче м'ясо під торговельною маркою «НАША РЯБА», а 84 % – протягом останніх трьох місяців перед опитуванням; 71 % респондентів купували продукцію торговельної марки «НАША РЯБА» протягом останнього місяця, 55 % – протягом останніх семи днів; 57 % респондентів визначили торговельну марку «НАША РЯБА» своєю улюбленою торговельною маркою, а 60 % – основною серед охолодженого курячого м'яса; найпоширенішими джерелами інформації про торговельну марку були: телевізійна реклама (76 %), реклама на автомобілях виробника (23 %) та реклама у точках продажу (32 %).

Ці показники свідчать про високий рівень впізнаваності та відомості торговельної марки «НАША РЯБА» серед українських споживачів станом на 2012 рік.

Nielsen – провідна міжнародна маркетингова компанія, що працює у понад 100 країнах. У 2020 році на замовлення заявника Nielsen провела дослідження торговельної марки «НАША РЯБА» та інших брендів у категорії охолодженого курячого м'яса (29 клас МКТП: «курятина») серед споживачів України.

Дослідження охоплювало чоловіків (34 %) та жінок (66 %) віком 20-59 років у містах з населенням понад 50 тис. осіб (за винятком тимчасово окупованої території АР Крим та зони проведення ООС), які купували охолоджене куряче м'ясо протягом останніх 30 днів. Опитування проводилося онлайн, тривалістю до 30 хвилин, загальна вибірка: 3 квартал 2020 – 1 004 респонденти, 4 квартал 2020 – 1 016 респондентів.

Джерела інформації про торговельну марку «НАША РЯБА» включали телебачення, зовнішню рекламу, рекламу в торгових точках, соціальні мережі, інтернет, друковані ЗМІ, радіо тощо.

За результатами дослідження торговельна марка «НАША РЯБА» була абсолютним лідером за впізнаваністю та рівнем покупок серед споживачів.

Про ступінь відомості та визнання торговельної марки серед фахівців свідчить те, що торговельна марка «НАША РЯБА» неодноразово відзначалася престижними нагородами у національних та міжнародних конкурсах України, зокрема:

ПрАТ «МХП» у 2018 році став лауреатом проекту «Аграрна Еліта України» і отримав нагороду в номінації «Потужний розвиток»; компанія визнана одним із найефективніших вітчизняних підприємств аграрного сектору 2017 року;

ТОВ «Вінницька птахофабрика» отримала головну нагороду національного бізнес-рейтингу «ЛІДЕР РОКУ 2018» у номінації «Ділова активність». Рекламні проекти ПрАТ «МХП» у 2018 році посіли третє місце на Effie Awards Ukraine 2018;

у 2018 році ПрАТ «МХП» отримав перемогу у Всеукраїнському конкурсі «Екологічна якість та безпека»;

у 2019 році ПрАТ «МХП» виступав ініціатором екофестивалів у Черкаській області та став лауреатом Національного конкурсу «БЛАГОДІЙНА Україна – 2019»; ПрАТ «МХП» увійшов до «ТОП-10 кращих українських роботодавців» та отримав відзнаку в номінації Інновації на «HR Wisdom Summit 2019»;

у 2020 році компанія отримала нагороду «ЕКОтрансформація» за реалізацію програми відновлення ґрунтів у Ладизині. 10 вересня 2020 року в рамках міжнародної конференції LFM (Large Farm Management Conference) ПрАТ «МХП» отримав 2 нагороди:

Юрій Косюк став переможцем в номінації «Генеральний директор»;

Віктор Марценюк отримав нагороду «Головний агроном»;

у 2021 році ПрАТ «МХП» отримав три нагороди премії HR-бренду, за проектами: «Мобільний рекрутинг» (дві нагороди) та MHR Leaders Hub в номінації «Краща програма розвитку лідерів»;

у грудні 2021 року компанія отримала нагороду Глобального договору ООН «Partnership for Sustainability Award» та потрапила до ТОП-5 бізнесів України, що впроваджують «зелені» технології;

у 2022 році ПрАТ «МХП» отримало міжнародну нагороду «у категорії «AD Circular Solution» за біогазовий комплекс.

З 2007 по 2020 роки торговельна марка «НАША РЯБА» займала передові позиції в різноманітних рейтингах, що підтверджує визнання торговельної марки у відповідному секторі суспільства:

1) Рейтинг журналу «Фокус» – «Топ найпопулярніших брендів України» (2009-2013 роки)

Протягом 2009-2013 років торговельна марка «НАША РЯБА» стабільно посідала лідируючі позиції в рейтингу журналу «Фокус». Зокрема, у 2009 році – третє місце, а у 2010-2013 роках – перше місце, продемонструвавши зростання обсягів продажів з 2,178 млрд грн до 5,6 млрд грн. Це підтверджує статус торговельної марки «НАША РЯБА» як найпопулярнішого українського бренду зазначеного періоду.

2) Конкурс «Фаворити Успіху»

«Фаворити Успіху» – публічний та відкритий конкурс, що проводиться на основі щорічних багаторівневих рейтингів з метою визначення найкращих торговельних марок споживчих товарів та послуг українського ринку. У конкурсі беруть участь всі торговельні марки, офіційно присутні на ринку у відповідних категоріях.

За результатами інтернет-голосування споживачів у категорії «М'ясна продукція/Куряче м'ясо» куряче м'ясо під торговельною маркою «НАША РЯБА» займало перше місце протягом 2006-2013 та 2015-2021 років; у 2014 році – друге місце.

На підтвердження вказаного надано звіти-буклети за 2011-2019 роки та диплом за 2011 рік, який засвідчує перемогу торговельної марки «НАША РЯБА» у рейтингу з переможним статусом «Абсолютний Фаворит» у категорії «Куряче м'ясо».

З 2007 року журнал «НВ» і агентство «МРР Consulting» щорічно проводять оцінку потенційної ринкової вартості українських брендів (торговельних марок) та на основі дослідження складають рейтинг ТОП-100 найдорожчих українських брендів.

За результатами досліджень з 2007 по 2021 роки торговельна марка «НАША РЯБА» займала високі позиції в рейтингу: 2007-2009 роки – у першій половині рейтингу, 2010-2021 роки – у «двадцятці» лідерів.

Отже, торговельну марку «НАША РЯБА» неодноразово визнано одним із найдорожчих брендів України.

Крім того, потенційні споживачі курячого м'яса залишають позитивні відгуки про продукцію заявника під торговельною маркою «НАША РЯБА», зазначаючи, що вона є однією з найкращих серед найвідоміших брендів курячого м'яса.

За результатами дослідження документів, наданих заявником для



підтвердження відомості торговельної марки «», колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що станом на 01.01.2019 ця торговельна марка мала високий рівень відомості та визнання серед доречного кола споживачів та фахівців галузі.

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

Використання торговельної марки «НАША РЯБА» розпочато у 2001-2002 роках, з дати подання першої заявки № 2001128434 від 26.12.2001 на реєстрацію торговельної марки «НАША РЯБА». З того часу торговельна марка безперервно використовується для позначення продукції заявника. Заявником отримано всю необхідну дозвільну документацію на виробництво та реалізацію продукції, сертифікати відповідності, сертифікати безпечності продукції тощо. Також змінювалась та удосконалювалась концепція дизайну опакowania та етикеток для продукції, маркованої вказаною торговельною маркою, про що було зазначено вище.

Отже, торговельна марка «НАША РЯБА» безперервно використовується понад 20 років.

За період, що розглядався Апеляційною палатою, заявником вироблено досить значні обсяги продукції під торговельною маркою «НАША РЯБА»², що підтверджується бухгалтерською довідкою від 25.08. 2022 вих. № 6-25.08.22.

Реалізація продукції здійснювалась через національну дистриб'юторську мережу та близько 1700 франчайзингових точок у 24 областях України, включаючи АР Крим. Загальний обсяг реалізації продукції у період з 2016 року по червень 2022 року склав досить значні обсяги³, що підтверджується бухгалтерською довідкою від 25.08. 2022, вих. № 7-25.08.22.

Реалізація продукції здійснювалась за трьома основними напрямками: торговельні мережі, традиційний роздріб (торгові точки, гуртовий продаж, дистриб'ютори), франчайзинг.

Продукція під торговельною маркою «НАША РЯБА» представлена у великих мережових супермаркетах, таких як «СІЛЬПО», «ФОЗЗІ», «НОВУС», «ЕКО маркет», «Білла», «Метро», «АТБ маркет» тощо. Це підтверджується договорами поставки, з 2012 року, реєстрами відповідних договорів та бухгалтерськими довідками про розрахунки з мережами.

Реалізація продукції також здійснюється через торгові точки (роздрібні магазини), гуртовий продаж та дистриб'юторів.

² Розмір обсягів не оприлюднюється, оскільки ці відомості визначено заявником конфіденційною інформацією.

³ Розмір обсягів не оприлюднюється, оскільки ці відомості визначено заявником конфіденційною інформацією.

Для оцінки обсягів та території продажів надано бухгалтерські довідки, реєстри відповідних договорів поставки, а також вибірку відповідних договорів та видаткових накладних до них за напрямками.

Торгові точки – традиційні роздрібні магазини. Відвантаження продукції здійснюється безпосередньо заявником або через дистриб'юторів.

На підтвердження здійснених продажів надано такі документи:

реєстр договорів поставки за період з 2016 по 2021 роки;

вибірка договорів поставки для торгових точок з 2014 по 2021 роки, а також видаткові накладні до них;

бухгалтерська довідка про реалізацію за період з 2016 року по березень 2021 року включно на території України серед торгових точок продукції, маркованої торговельною маркою «НАША РЯБА», в асортименті.

Гуртовий продаж – здійснюється підприємствами, що займаються продажами продукції іншим роздрібним підприємствам великими партіями, безпосередньо від заявника або через дистриб'юторів.

На підтвердження здійснених продажів надані такі документи:

реєстр договорів поставки за період з 2016 по 2021 роки;

вибірка договорів поставки для торгових точок з 2018 по 2021 роки, а також видаткові накладні до них;

бухгалтерська довідка про реалізацію за період з 2016 року по березень 2021 року включно на території України гуртових продажів продукції під торговельною маркою «НАША РЯБА» в асортименті.

Дистриб'ютори – фізичні чи юридичні особи, які обслуговують супермаркети, торгові точки тощо на певній території. Вони мають свою торгову команду, спеціалізований транспорт та розподільний центр (склад), з якого продукція розвозиться торговими точками.

На підтвердження здійснених продажів надано такі документи:

реєстр договорів поставки для дистриб'юторів за період з 2016 по 2021 роки;

вибірка договорів поставки для дистриб'юторів з 2018 по 2021 роки, а також видаткові накладні до них;

бухгалтерська довідка про реалізацію у період з 2016 року по березень 2021 року включно на території України дистриб'юторами продукції під зазначеною торговельною маркою в асортименті.

Заявник має найбільшу в Україні мережу франчайзингових точок продажу курятини. В 2003 році заявник першим у світі впровадив франшизу в категорії «охолоджене м'ясо птиці» під брендом «НАША РЯБА».

До початку повномасштабного вторгнення росії мережа налічувала більше 1 700 франчайзингових точок по всій Україні, де реалізовувалось близько 35 % охолодженої курятини від ПрАТ «МХП».

Заявник надав фотографічні зображення франчайзингових точок з продажу продукції «НАША РЯБА», а також інформацію з сайту mhr.com.ua, що підтверджує кількість франчайзингових точок.

На підтвердження здійснених продажів через франчайзингові точки надано такі документи:

реєстр договорів поставки (франчайзинг) за період з 2004 по 2021 роки;
вибірка договорів поставки (франчайзинг) з 2018 по 2021 роки, а також
видаткові накладні до них;

бухгалтерська довідка про виплати, що здійснювалися користувачами (франчайзі) ПрАТ «МХП» за придбання продукції «НАША РЯБА».

Також надано реєстр договорів комерційної концесії (франчайзингових договорів) за період з 2012 по 2021 роки та вибірку по франчайзинговим договорам, що підтверджують здійснення виплат за використання торговельної марки «НАША РЯБА».

Як вже зазначалося, ПрАТ «Миронівська птахофабрика», ПрАТ «Оріль-Лідер», ТОВ «Вінницька птахофабрика» здійснюють поставки м'яса птиці в асортименті ПрАТ «МХП» на підставі договорів поставки, а також на підставі ліцензійних договорів, що надають право використовувати торговельні марки «НАША РЯБА».

Відповідно до бухгалтерської довідки вих. № 4-25.08.22 від 25.08.2022 ліцензіатами були здійснені ПрАТ «МХП» виплати за ліцензійними договорами за використання торговельної марки «НАША РЯБА» за період 2016-2020 роки, що підтверджує значні об'єми використання торговельної марки у зазначений період⁴.

Отже, обсяги виробництва та продажу продукції із застосуванням торговельної марки можна вважати дуже значними і успішними. Водночас зазначена продукція інтенсивно розповсюджується в усіх регіонах України.

Колегія Апеляційної палати вважає, що надані заявником відомості та документи, які їх підтверджують, доводять факт тривалого та безперервного



використання торговельної марки «» для товарів 29 класу МКТП: «курятина», станом на 01 січня 2019 року.

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

Для просування продукції під торговельною маркою «НАША РЯБА» заявником самостійно та за допомогою маркетингових, бренд-консалтингових компаній розроблялись стратегії поширення та рекламування продукції, оцінювалась відомість, смислове наповнення, цінність торговельної марки та можливості її подальшого розвитку.

⁴ Інформація не оприлюднюється, оскільки ці відомості визначено заявником конфіденційною інформацією.

Протягом усього періоду використання торговельної марки на території України проводилися активні рекламні компанії, зокрема шляхом розміщення реклами у засобах масової інформації, друкованих виданнях, мережі «Інтернет», зовнішньої реклами, трансляції реклами на радіо та телебаченні, а також під час організації та проведення різноманітних заходів.

Відповідно до договору № 22032016 від 22.03.2016, укладеного між ДП «Медіа Дирекція» та ПАТ «Миронівський хлібопродукт», заявником були замовлені послуги з адаптації відеоматеріалів з метою рекламування продукції під торговельною маркою «НАША РЯБА», а також здійснювалось спонсорство телетрансляцій у циклі телепередач «ВСЕ БУДЕ ДОБРЕ» на телеканалі «СТБ». Крім того, розміщувались рекламні матеріали на таких телеканалах: 1+1, TET, ПЛЮСПЛЮС, 2+2, Discovery, Трофей, ПЕРШИЙ, ЕРА, Тоніс, News One, UNIAN TV, O-TV, EU music, БІГУДІ, Espresso TV, Music Box, Малятко ТВ.

На підтвердження вищезазначеної інформації надано додаткові угоди до договору № 22032016 від 22.03.2016.

Відповідно до договору № 011117 від 01.11.2017 з ТОВ «Рекламне агентство АІТІ» та додатків до нього, торговельна марка «НАША РЯБА» була спонсором телетрансляцій на телеканалах: 1+1, TET, 2+2, PLUSPLUS, BIGUDI, UNIAN, UA: PERSHIY, NEWS ONE, ESPRESSO TV, MUSIC BOX UA, EU MUSIC, O-TV, Paramount Comedy, XSPORT, MALYATKO TV, PRIAMYI, CHANNEL Z (ZIK), STB, ICTV, NEW CHANNEL, ОЦЕ, М1, М2.

На підтвердження зазначеного надано договір № 011117 від 01.09.2017, укладений між ТОВ «Рекламне агентство АІТІ» та ПАТ «Миронівський хлібопродукт», додаткові угоди і додатки за період 2017-2020 роки, а також довідку ТОВ «Рекламне агентство «АІТІ» вих. № 65 від 05.06.2021 щодо розміщення рекламних матеріалів в ефірі телеканалів для продукції «НАША РЯБА». Згідно з довідкою, у період 2017-2020 роки здійснено 17 139 показів рекламних матеріалів у телеефірі та витрачено на таку рекламу значну суму⁵.

Відповідно до договору надання послуг з ТОВ «Юніверсал Маккен Медіа» та довідки щодо розміщення рекламних матеріалів в ефірі телеканалів, у 2020 році рекламні матеріали з використанням торговельної марки транслиювалися на телеканалах: ICTV, М1, М2, Новий канал, Оце, СТБ, 1+1, 2+2, Бігуді, Music Box, O-TV, Paramount Comedy, Плюс Плюс, TET, UA: Перший, Уніан, XSport.

На підтвердження зазначеного надано договір № UT/15/10/2020 від 15.10.2020 між ТОВ «Юніверсал Маккен Медіа» та ПАТ «Миронівський хлібопродукт», відповідні акти за 2020 рік та довідки ТОВ «Юніверсал Маккен Медіа» вих. № 45 і № 46 від 15.06.2021 щодо розміщення рекламних матеріалів в ефірі телеканалів для продукції «НАША РЯБА», відповідно до яких у 2020 році було розміщено в ефірі телеканалів рекламних матеріалів для продукції «НАША РЯБА» на значну суму⁶.

⁵ Інформація визначена заявником як конфіденційна та є комерційною таємницею.

⁶ Інформація визначена заявником як конфіденційна та є комерційною таємницею.

У 2021 році рекламні матеріали з використанням торговельної марки «НАША РЯБА, комб.» транслювалися на телеканалах: Paramount Comedy, XSport, Уніан, UA: ПЕРШИЙ, Бігуді, 24 канал, ICTV, М1, Новий канал, Оце ТБ, Сонце, СТБ, М2, 1+1, Music Box, ТЕТ, ПЛЮС ПЛЮС, 2+2, О-TV. На підтвердження зазначеного надано договір № Гпр-5 від 23.12.2020 між ТОВ «Глобал Медіа Груп» та ПАТ «Миронівський хлібопродукт», акти за 2021 рік та довідку ТОВ «Глобал Медіа Груп» вих. № 240 від 26.07.2021 щодо розміщення рекламних матеріалів в ефірі телеканалів для продукції «НАША РЯБА», відповідно до якої у 2021 році в ефірі телеканалів було розміщено рекламних матеріалів для продукції «НАША РЯБА» на значну суму⁷.

Рекламування продукції під торговельною маркою «НАША РЯБА» систематично здійснювалось шляхом розміщення рекламних блоків в ефірі популярних в Україні радіостанцій, зокрема: «Радіо Пятніца», «Люкс ФМ», «Ностальджи», «Мелодія», «Kiss FT», «Максимум», «Хіт ФМ», «Relax», «Рокс», «Шансон», «Стільное радіо», «Перець ФМ», «Бізнес Радіо», «DJ-FM», «POWER FM», «Kiss FM», «Просто Радіо», «NRJ», «Наше Радіо» тощо.

На підтвердження зазначеного заявником надані відповідні договори, додаткові угоди, акти наданих послуг та довідки контрагентів, які підтверджують здійснення рекламування у період з 2017 по 2020 роки.

Надані довідки ТОВ «РА «АІТІ» вих. № 66 від 05.06.2021, ТОВ «Юніверсал Маккен Медіа» вих. № 11062021/ЮМ від 11.06.2021 та ТОВ «Маркетплейс» № МП.23.07.2021-504981 від 23.07.2021 щодо розміщення рекламних матеріалів на радіо для продукції «НАША РЯБА» та витрат на таке рекламування свідчать про здійснення заявником значних фінансових витрат на рекламування продукції у 2019, 2020 та 2021 роках відповідно⁸.

Також заявником надано приклади проведеної реклами продукції «НАША РЯБА» на радіо у період з 2016 по 2020 роки.

Активне просування та рекламування торговельної марки «НАША РЯБА, комб.» здійснювалося також через мережу «Інтернет», що підтверджується такими документами:

1) відповідно до договору № 22032016 від 22.03.2016 між ПАТ «Миронівський хлібопродукт» та ДП «Медіа Дирекція» рекламні матеріали розміщувалися на інтернет-ресурсах Admixer RON, Starlight RON, TRG (Tali+Ok), dobre.stb.ua, smachno.stb.ua, Digimedia, ukr.net, viva.ua, edinstvennaya.ua;

2) відповідно до договору № 011117 від 01.09.2017 з ТОВ «Рекламне агентство АІТІ» та додатків до нього у 2017-2020 роках відбувалося просування торговельної марки заявника через: розміщення відео та контекстної реклами (YouTube, Facebook, Instagram), ведення та модерування сторінок у соцмережах, розміщення мобільної та банерної реклами, брендинг;

⁷ Інформація визначена заявником як конфіденційна та є комерційною таємницею.

⁸ Інформація визначена заявником як конфіденційна та є комерційною таємницею.

3) згідно з довідкою ТОВ «Рекламне агентство АІТІ» вих. № 67 від 05.06.2021, у період з 2017 по 2020 роки було розміщено в мережі «Інтернет» рекламних матеріалів для продукції «НАША РЯБА» загальною кількістю 151 495 000 показів, що в грошовому еквіваленті складає значну суму⁹;

4) відповідно до договору № БВ 2810 від 28.10.2020 з ТОВ «МІКС ДІДЖИТАЛ» у 2020-2021 роках здійснювалося просування торговельної марки через YouTube, Facebook Ads, Image Ads, Facebook Newsfeed, Instagram Stories, Viber, Display & Video 360, системи MixDigital. Trade Desk, а також брендування на сайтах gismeteo.ua і Kidstaff.com.ua;

5) згідно з довідкою ТОВ «МІКС ДІДЖИТАЛ» вих. № 1694 від 14.06.2021, у період з 2020 по 2021 роки було розміщено в мережі «Інтернет» рекламних матеріалів для продукції «НАША РЯБА» загальною кількістю 119 684 854 показів, що в грошовому еквіваленті складає значну суму¹⁰. Активне просування торговельної марки також відбувалося шляхом розміщення зовнішньої реклами.

На підтвердження вказаного надано такі документи:

1) відповідно до додаткових угод до договорів № 22032016 від 22.03.2016 та № 2004ДМ від 20.04.2016, укладених між ПАТ «Миронівський хлібопродукт» та ДП «Медіа Дирекція», рекламні матеріали із зображенням продукції під торговельною маркою «НАША РЯБА» розміщувалися на зовнішніх носіях у містах: Вінниця, Кам'янське, Дніпро, Житомир, Запоріжжя, Івано-Франківськ, Київ, Кропивницький, Кривий Ріг, Львів, Маріуполь, Миколаїв, Одеса, Полтава, Канів, Харків, Ковель, Ромни, Шостка, Херсон;

2) відповідно до договору № 011117 від 01.09.2017 з ТОВ «Рекламне агентство АІТІ» та додатків до нього торговельна марка рекламувалася шляхом: розміщення зовнішньої реклами, виробництва матеріалів та логістики, розміщення відеороликів на цифрових сіті-лайтах, розміщення відеороликів на цифрових екранах у ТРЦ Ocean Plaza та ТРЦ SkyMall (м. Київ), на моніторах у маршрутному таксі, а також іншими способами. Розміщення відбувалося у таких містах: Дніпро, Київ, Львів, Одеса, Харків, Вінниця, Івано-Франківськ, Житомир, Рівне, Суми, Полтава, Тернопіль, Херсон, Черкаси, Чернігів, Чернівці, Миколаїв, Хмельницький, Ужгород, Кропивницький, Запоріжжя;

3) фотозвіти ПрАТ «МХП» за грудень 2018 року та січень 2019 року щодо розміщення рекламних білбордів та вивісок з рекламою продукції «НАША РЯБА»;

4) фотозвіт ПрАТ «МХП» за грудень 2018 року з інформацією про розміщення рекламних білбордів та вивісок з рекламою продукції «НАША РЯБА»;

5) зразки реклами, розміщеної у метрополітені.

⁹ Інформація визначена заявником як конфіденційна та є комерційною таємницею.

¹⁰ Інформація визначена заявником як конфіденційна та є комерційною таємницею.

Заявник в рамках співпраці з торговельними мережами замовляв маркетингові та рекламні послуги в таких супермаркетах: «Таврія В», «Метро», «Новус», «Копійка», «Омега», «Еко» тощо. На підтвердження цього надано реєстр договорів маркетингових послуг за період з 2012 по 2021 роки та вибірку відповідних договорів про надання послуг за 2013-2019 роки.

Також торговельними мережами на замовлення заявника проводився аналіз рівня попиту на продукцію «НАША РЯБА» та його динаміки за видами продукції з 2016 року, а також надавалися результати проведених мерчандайзингових акцій.

Загалом на просування торговельної марки за період з 2016 року по березень 2021 року було витрачено значні фінансові кошти, що підтверджується бухгалтерською довідкою вих. № 9-25.08.22 від 25 серпня 2022 року¹¹.

Заявник також здійснює активне просування торговельної марки через соціальні мережі: Facebook – 61 352 підписники, сторінка створена у 2011 році; Instagram – 10 291 підписник, перша публікація від 27.07. 2019; Youtube – канал створено у 2009 році, загальна кількість переглядів – 84 208 800.

Заявник здійснює популяризацію торговельної марки «НАША РЯБА» через сайти ПрАТ «МХП»: <https://mhp.com.ua/uk/> (доменне ім'я зареєстровано 21.04.2004); до 15.08.2016 також використовувалися сайти <http://ryaba.com.ua> (домен зареєстровано 15.12.2004), nasharyaba.com.ua (30.07.2004), nasharyaba.kiev.ua (13.02.2004).

Власником доменних імен mhp.com.ua, ryaba.com.ua, nasharyaba.com.ua та nasharyaba.kiev.ua є заявник, що підтверджується довідкою ТОВ «Банком» вих. № 6/н від 18.01.2021.

За запитом заявника ТОВ «Микс Диджитал» надано довідку з показниками відвідуваності вебресурсу <http://ryaba.com.ua> за 2019-2020 роки з розбивкою по регіонах України, яка підтверджує, системне відвідування сайту користувачами досліджуваних територій – найбільш населених міст України, та послідовне зростання аудиторії.

Вказане підтверджує не тільки активну популяризацію заявником торговельної марки через сайт ryaba.com.ua, але й підтверджує високий ступінь відомості торговельної марки серед доречного кола споживачів.

Заявник виступає спонсором різних культурно-розважальних заходів, премій та конкурсів, зокрема:

1) в 2019 році МХП став генеральним партнером та спонсором головної аграрної спортивної події літа, що проходила 22-23 червня в Місті Спорту Гідропарк (м. Київ);

2) 02.10. 2021 в Долині троянд (м. Черкаси) відбувся фестиваль сімейних цінностей My Family Fest, генеральним спонсором якого стала компанія МХП (організатори заходу: Фонд «МХП – Громаді» та Українська сімейна фундація);

¹¹ Інформація визначена заявником як конфіденційна та є комерційною таємницею.

3) в 2021 році фонд «МХП – Громаді» став генеральним спонсором фестивалю OPERAFEST TULCHYN-2021, який проходив 27-29 серпня просто неба у місті Тульчин, Вінницька область;

4) в 2021 році відомий український дизайнер Andre TAN спільно з брендом «НАША РЯБА» створили лімітовану колекцію жіночого одягу під назвою ICARIA для фешн-лінійки Atelier, ініціатива була спрямована на привернення уваги до переробки відходів;

5) в 2022 році МХП став генеральним партнером церемонії YUNA 2022.

У 2015 році МХП створив благодійний фонд «Урожай – Громаді», який у 2019 році було перейменовано на «МХП – Громаді». Діяльність фонду охоплює понад 200 тис. осіб. Місія фонду – розвиток громад через партнерство бізнесу, влади та суспільства. Основні напрями діяльності: адаптація людей до змін, екологія, доступна освіта й медицина, залучення грантів для соціальних проєктів.

МХП працює у режимі 24/7 на підтримку харчової безпеки України. Організований спеціальний штаб для допомоги продуктами харчування тим, хто перебуває зараз у найбільшій небезпеці. 4 тис. тонн безкоштовної продукції «НАША РЯБА» (на загальну суму більше 200 млн грн) вже отримали від МХП та Благодійного фонду «МХП – Громаді» ті, хто її потребує найбільше.

З початку війни ТОВ «Вінницька птахофабрика» та ПрАТ «Зернопродукт МХП» спрямовують продукцію на підтримку Збройних Сил України, територіальної оборони, лікарень, переселенців та населення. У мирний час близько 50 % продукції йшло на експорт, з початку війни вся продукція, включно з «НАША РЯБА», надана українцям.

ПрАТ «МХП» також передав курятину «НАША РЯБА» групі компаній «Верес» для виробництва тушонки, перша партія (10 тонн) спрямована Територіальній обороні Черкас, наступні – для ЗСУ.

Для покращення ситуації з продуктами харчування по всій території країни МХП відкрив можливість купувати продукцію зі складу на умовах самовивозу. Українці активно користуються цією можливістю і купили в такий спосіб вже понад 500 тонн продукції.

За результатами дослідження наданих документів колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що представлені відомості свідчать про активне та



тривале просування заявником торговельної марки «» на території України через рекламні кампанії, цифрову присутність, партнерські ініціативи та соціальні проєкти, що охоплювали різні канали комунікації.

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

Станом на час вивчення наданої на розгляд колегії Апеляційної палати документації, на ім'я заявника зареєстровані такі торговельні марки,

зображення яких складаються або містять у своєму складі словесний елемент «НАША РЯБА»:

1) за свідоцтвами України № 28365 від 15.11.2002, № 108239 від 10.06.2009, № 111474 від 25.08.2009, № 166232 від 25.01.2013, № 166233 від 25.01.2013, № 166606 від 11.02.2013, № 166607 від 11.02.2013, № 166608 від 11.02.2013, № 166609 від 11.02.2013, № 166610 від 11.02.2013, № 166611 від 11.02.2013, № 175434 від 10.09.2013, № 175435 від 10.09.2013, № 182781 від 11.03.2014, № 187168 від 25.06.2014, № 234725 від 27.11.2017, № 237213 від 25.01.2018, № 237214 від 25.01.2018, № 238888 від 26.02.2018, № 239424 від 12.03.2018, № 288950 від 28.12.2020, № 291912 від 10.02.2021, № 299199 від 02.06.2021, № 299200 від 02.06.2021, № 303557 від 11.08.2021;

2) за міжнародною реєстрацією № 1514213 від 21.11.2019 торговельна марка «» отримала праву охорону в Вірменії, Республіці Білорусь, Киргизстані, Республіці Молдова, Туркменістані, Азербайджані, Узбекистані, Казахстані тощо.



свідоцтво України № 28365 від 15.11.2002;



свідоцтво України № 108239 від 10.06.2009;



свідоцтво України № 111474 від 25.08.2009;



свідоцтво України № 166232 від 25.01.2013;



свідоцтво України № 166233 від 25.01.2013;

Існує безліч рецептів. Та найсмачніше завжди готують вдома. Наша Ряба. Смачна сімейна традиція.

свідоцтво України № 166606 від 11.02.2013;



свідоцтво України № 166607 від 11.02.2013;



свідоцтво України № 166608 від 11.02.2013;



свідоцтво України №166609 від 11.02.2013;



свідоцтво України №166610 від 11.02.2013;



свідоцтво України №166611 від 11.02.2013;



свідоцтво України № 175434 від 10.09.2013;



свідоцтво України № 175435 від 10.09.2013;



свідоцтво України № 182781 від 11.03.2014;



свідоцтво України № 187168 від 25.06.2014;



свідоцтво України № 234725 від 27.11.2017;



свідоцтво України № 237213 від 25.01.2018;



свідоцтво України № 237214 від 25.01.2018;



свідоцтво України № 238888 від 26.02.2018;



свідоцтво України № 239424 від 12.03.2018;



свідоцтво України № 288950 від 28.12.2020;



свідоцтво України № 291912 від 10.02.2021;



свідоцтво України № 299199 від 02.06.2021;



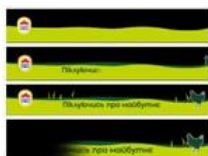
свідоцтво України № 299200 від 02.06.2021;

Наша Ряба Select

свідоцтво України № 303557 від 11.08.2021.

Також заявником були подані заявки на отримання свідоцтв України на торговельні марки, що складаються з або містять словесний елемент «НАША РЯБА»: м 2021 03940, м 2021 04371, м 2021 04566, м 2021 04568, м 2021 04569, м 2021 04576, м 2021 05181, м 2021 05267, м 2021 05892, м 2021 05893, м 2021 10918, м 2021 15189, м 2021 15191, м 2021 15841, м 2021 21867, м 2021 22651, м 2021 26764, м 2021 26757, м 2022 01245, м 2022 04189, м 2022 03301, м 2022 03304, м 2022 01249, м 2022 01252.

Більшість з цих заявок зареєстровано як торговельні марки.



м 2021 03940

свідоцтво України № 332534 від 10.05.2023;



м 2021 04371

свідоцтво України № 333201 від 24.05.2023;



м 2021 04566

свідоцтво України № 329610 від 08.03.2023;

м 2021 04568

свідоцтво України № 329611 від 08.03.2023;

м 2021 04569

свідоцтво України № 329612 від 08.03.2023;



м 2021 05267

свідоцтво України № 328136 від 18.01.2023;

Наша Ряба підтримує
вас у турботі про рідних



АП! І ГОТОВО!



ПІКНІК
СУПЕРОВИЙ
ап!
І ГОТОВИЙ



ДО
ПІКНІКУ
ап!
І ГОТОВІ



m 2021 05893

свідоцтво України № 328177 від 18.01.2023;

m 2021 10918

свідоцтво України № 335253 від 19.07.2023;

m 2021 15189

свідоцтво України № 335288 від 19.07.2023;

m 2021 15191

свідоцтво України № 335289 від 19.07.2023;

m 2021 21867

свідоцтво України № 321873 від 19.07.2023;

m 2021 22651

свідоцтво України № 337196 від 06.09.2023;

m 2022 03301

свідоцтво України № 344505 від 06.03.2024;

m 2022 03304

свідоцтво України № 328836 від 01.02.2023.

На підставі наведених вище доказів колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що заявник здійснює всі необхідні заходи для правової

охорони торговельної марки «» в Україні.

5. Цінність, що асоціюється з торговельною маркою

Заявник неодноразово отримував високі оцінки якості та безпечності його продукції, маркованої торговельною маркою «НАША РЯБА», про що зазначалося вище.

На підтвердження цінності вказаної торговельної марки та її популярності заявником надавалися до заяви відомості з рейтингів, конкурсів, за даними яких торговельна марка посідала перші місця у період з 2006 по 2021 роки, що підтверджує лідируючі позиції, цінність та визнання торговельної марки у відповідному секторі суспільства.

За результатами аналізу, дослідження та оцінки наданих заявником

документів і матеріалів, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що доводи заявника є обґрунтованими, а зібрані у справі докази є достатніми

підтверджують визнання торговельної марки «» добре відомою в Україні. Матеріали справи свідчать про тривале, масове та публічне використання торговельної марки, її впізнаваність серед відповідного кола споживачів, національний масштаб комерційного обігу, активне рекламне просування, багатоканальну присутність у соціальних, економічних та інформаційних сферах, а також про її значну ринкову, культурну та суспільну цінність. З урахуванням викладеного, колегія Апеляційної палати встановила, що

торговельна марка «» є добре відомою в Україні для товарів 29 класу МКТП: «курятина», станом на 01.01.2019.

Керуючись Паризькою конвенцією про охорону промислової власності, Законом України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», 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 Приватного акціонерного товариства «МХП» про визнання торговельної марки «» добре відомою в Україні задовольнити повністю.

2. Визнати торговельну марку «» добре відомою в Україні відносно Приватного акціонерного товариства «МХП» для товарів 29 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків, а саме «курятина», станом на 01 січня 2019 року.

Рішення Апеляційної палати набирає чинності з дати його затвердження наказом Державної організації «Український національний офіс інтелектуальної власності та інновацій». Рішення Апеляційної палати щодо визнання торговельної марки добре відомою в Україні може бути оскаржено у судовому порядку.

Додаток: зображення торговельної марки на 1 арк.

Головуючий колегії
Члени колегії

В. Л. Грищенко
В. Д. Єсєв
О. С. Осмоловська



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/16-26 від 17.02.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Грищенко В. Л. 17.02.2026 16:30
04AF212836405D990400
000082493D00728EED00



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/16-26 від 17.02.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Осмоловська О. С. 17.02.2026
16:09
3FAA9288358EC0030400
000088BA3900869FD700



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/16-26 від 17.02.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Єсєв В. Д. 17.02.2026 16:06
3FAA9288358EC0030400
0000BFB13A00E41DDE00