

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ УКРНОІВІ

24.02.2026 № 39/2026



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

05 грудня 2025 року

Колегія Апеляційної палати УКРНОІВІ, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Білоцьким В. В. від 25.03.2025 № Р-АП/40-25, у складі головуючого Громової Ю. В. та членів колегії Ваганової В. С., Осмолівської О. С., за участю секретаря засідання Беседи А. Ю., розглянула заяву Акціонерного товариства «Державний ощадний банк України» щодо визнання торговельної марки «ощад» добре відомою в Україні.

Представник заявника – Огнев'юк Я. В.

Аргументація заявника

Заявник – Акціонерне товариство «Державний ощадний банк України», просить визнати торговельну марку «ощад» добре відомою в Україні станом на 01.01.2017 відносно послуг 36 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП): «фінансові послуги; кредитно-грошові операції; банківські послуги».

Заява ґрунтується на наступних доводах заявника.

Акціонерне товариство «Державний ощадний банк України» (далі – АТ «Ощадбанк», Ощадбанк) – український комерційний банк, 100 % акцій якого належать державі. Він є найстарішим українським банком, чия історія веде свій відлік від ощадкас, які почали свою діяльність на території України у ХІХ сторіччі. З проголошенням незалежності Україною Ощадбанк

відокремився від Сбербанку СРСР та 31 грудня 1991 року був зареєстрований у Національному банку України як окрема банківська установа – Державний спеціалізований комерційний банк України «Державний ощадний банк України».

Постановою Кабінету Міністрів України від 21 травня 1999 року № 876 на виконання розпорядження Президента України від 20 травня 1999 року № 106 Державний спеціалізований комерційний ощадний банк України було перетворено на Відкрите акціонерне товариство «Державний ощадний банк України». Згодом на виконання постанови Кабінету Міністрів України від 6 квітня 2011 року № 502, 7 червня 2011 року здійснено державну реєстрацію змін до Статуту ВАТ «Ощадбанк», тип якого відповідно до Закону України «Про акціонерні товариства» змінено на Публічне акціонерне товариство. Пізніше, постановою Кабінету Міністрів України від 05 червня 2019 року № 568 змінено тип публічного акціонерного товариства «Державний ощадний банк України» з публічного на приватне та перейменовано його в Акціонерне товариство «Державний ощадний банк України». Нова редакція Статуту АТ «Ощадбанк» затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 25 лютого 2003 року № 261 (в редакції Постанови Кабінету Міністрів України від 20 листопада 2019 року № 949).

АТ «Ощадбанк» – одна з найбільших фінансово-кредитних установ України, яка надає повний спектр фінансових та банківських послуг. Нині АТ «Ощадбанк» на українському ринку є другим за обсягом активів фінансовим інститутом із найбільшою кількістю відділень (1 580 установ станом на початок 2022 року). Однак у 2016 році кількість відокремлених підрозділів АТ «Ощадбанк» була навіть більшою. Так, станом на 31 грудня 2016 року у АТ «Ощадбанк» налічувалось близько 4 066 відокремлених підрозділів, із яких 24 – це регіональні управління. Додатково до надання послуг через відділення банку, АТ «Ощадбанк» активно працює над розширенням мережі термінального обладнання та пристроїв самообслуговування. Так, на початок 2017 року кількість торгових терміналів перевищила 25 тисяч, мережа інформаційно-платіжних терміналів – 2 050, банкоматна мережа – 2 721, разом із банкоматами банків-партнерів – майже 4 000.

Станом на сьогодні в Ощадбанку обслуговується близько 7 мільйонів клієнтів. Обслуговуванням такої кількості клієнтів займається розширений апарат працівників Ощадбанку. Станом на кінець 2016 року облікова чисельність працівників банку складала 30 775 осіб, із яких 1 665 займали посади у центральному апараті установи. Водночас найбільша кількість працівників Ощадбанку, яка була зафіксована, – 38 114 осіб, існувала станом на 31.12.2012.

З метою здійснення господарської діяльності в банківській/фінансовій сфері, Ощадбанк отримав:

ліцензію Національного банку України № 148;

ліцензію Депозитарної діяльності депозитарної установи, серія АЕ 286660 від 10.10.2013;

ліцензію на діяльність із зберігання активів інститутів спільного інвестування, серія АЕ 286661 від 10.10.2013;

ліцензію на діяльність із зберігання активів пенсійних фондів, серія АЕ 286662 від 10.10.2013;

ліцензію Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку, а саме: серія АЕ 642065 (андеррайтинг), серія АЕ 642063 (брокерська), серія АЕ 642064 (дилерська), серія АЕ 642066 (управлінська).

АТ «Ощадбанк» на підставі отриманих ліцензій має право надавати банківські та інші фінансові послуги (крім послуг у сфері страхування), зокрема: залучення у вклади (депозити) коштів та банківських металів від необмеженого кола юридичних і фізичних осіб;

відкриття та ведення поточних (кореспондентських) рахунків клієнтів, зокрема у банківських металах, та рахунків умовного зберігання (ескроу);

розміщення залучених у вклади (депозити), зокрема на поточні рахунки, коштів та банківських металів від свого імені, на власних умовах та на власний ризик;

випуск платіжних документів, платіжних карток, дорожніх чеків та/або їх обслуговування, кліринг, інші форми забезпечення розрахунків;

довірче управління фінансовими активами;

торгівля валютними цінностями;

залучення фінансових активів із зобов'язанням щодо наступного їх повернення;

фінансовий лізинг;

надання коштів у позику, зокрема і на умовах фінансового кредиту;

надання гарантій та порука;

переказ коштів;

послуги у системі накопичувального пенсійного забезпечення;

професійна діяльність на ринку цінних паперів, що підлягає ліцензуванню;

факторинг;

управління майном для фінансування об'єктів будівництва та/або здійснення операцій з нерухомістю відповідно до Закону України «Про фінансово-кредитні механізми і управління майном при будівництві житла та операціях з нерухомістю»;

операції з іпотечними активами з метою емісії іпотечних цінних паперів;

банківські та інші фінансові послуги, що надаються відповідно до Закону України «Про банки і банківську діяльність».

З вересня 2016 року АТ «Ощадбанк» оголосив про появу можливості користуватися послугами банку в електронному вигляді. Зокрема, оголошення про перехід АТ «Ощадбанк» в онлайн за допомогою нових електронних сервісів було розміщено як на офіційній сторінці Ощадбанку в загальновідомій соціальній мережі «Facebook», так і в різноманітних новинних сервісах.

АТ «Ощадбанк» здійснює активну підтримку власних клієнтів через реалізацію різноманітних програм підтримки як для приватних клієнтів, так і для представників бізнесу. Із детальним переліком програм підтримки

та інформацією щодо програм кредитування можна ознайомитися на вебсайті за посиланнями: <https://www.oschadbank.ua/credits> – для приватних клієнтів, та <https://www.oschadbank.ua/credits-msb> – для представників бізнесу. Серед переліку програм підтримки можна знайти як ті, які АТ «Ощадбанк» запускає та впроваджує самостійно, так і у співпраці з Урядом України (програма «Доступні кредити 5-7-9 %»), міжнародними фінансовими організаціями (як Німецько-Український Фонд, WNISEF, Європейський інвестиційний банк та Європейський інвестиційний фонд), місцевими органами влади на території всієї України (детальний перелік за посиланням: https://www.oschadbank.ua/uploads/0/4499-perelik_program_vid_miscevyh_organiv_vlady.xlsx), а також приватними компаніями-партнерами. Впроваджуючи програми підтримки, АТ «Ощадбанк» будує свій бізнес з урахуванням соціальної місії, усвідомлюючи необхідність надання фінансових послуг соціально вразливим верствам населення (малозабезпеченим, переселенцям, мешканцям регресивних регіонів тощо).

Одним із прикладів таких програм підтримки є програма «Соціальне підприємництво», яку АТ «Ощадбанк» реалізовує разом із міжнародним фондом прямих інвестицій WNISEF з травня 2016 року. В межах програми відбувається кредитування підприємств, що мають соціальну складову (діяльність яких спрямована виключно на вирішення соціальних питань), на економічно привабливих умовах. На момент запуску програми на програму кредитування малого бізнесу в Україні було виділено 100 млн грн. У 2016 році відбувалося активне представлення програми на території усієї України, навіть на території місцевих військово-цивільних адміністрацій Луганської та Донецької областей. У 2020 році, зокрема, представники програми повідомили, що навіть ставлять області на сході України у пріоритет при обранні підприємств для фінансування у зв'язку із кількістю соціальних, екологічних, економічних проблем у громадах Донецької і Луганської областей, спричинених військовими діями у даному регіоні.

Також великою популярністю користувалася Урядова програма підтримки «Ощадний дім», що стосується видачі «теплих кредитів», яка була розроблена Держенергоєфективністю та введена в дію з жовтня 2014 року спільно з АТ «Ощадбанк». В рамках цієї програми АТ «Ощадбанк» надає кредити для фізичних осіб на впровадження енергоефективних заходів як в окремі квартири, так і в приватному будинку. Водночас люди отримують суттєву державну підтримку, яка становить відповідно 20 та 30 відсотків суми кредиту, залученого на придбання негазових котлів та енергоефективного обладнання та/або матеріалів. Детальніше про програму можна дізнатися на вебсайті АТ «Ощадбанк» за посиланням: <https://www.oschadbank.ua/credit/tepli-krediti>. Станом на червень 2015 року в межах програми Ощадбанк видав 5 697 кредитів на загальну суму понад 101 млн грн, а вже у жовтні 2016 року її визнали наймасштабнішою програмою за роки незалежності України (за 2 роки дії було видано майже 115 тис. кредитів на суму понад 1,8 млрд грн).

АТ «Ощадбанк» бере активну участь у реалізації програм підтримки до сьогодні. Так, у вересні 2017 року банк запустив загальнонаціональну комплексну програму підтримки малого бізнесу «Будуй своє». Головною метою програми є підтримка підприємців на різних етапах розвитку бізнесу. Детальну інформацію про програму можна дізнатися за посиланням: <https://buduysvoe.com/>. Навіть у 2022 році в умовах воєнного вторгнення Росії на територію України АТ «Ощадбанк» продовжував надавати кредити в межах державних програм підтримки. Станом на 04 липня 2022 року АТ «Ощадбанк» займав друге місце серед 42 банків України за кількістю кредитів, виданих в межах державної програми «Доступні кредити 5-7-9».

На сьогодні Ощадбанк є членом наступних організацій:

Асоціація «Українська Національна Група Членів та Користувачів СВІФТ» (УкрСВІФТ);

Асоціація «Українські фондові торговці», що є саморегулюючою організацією професійних учасників фондового ринку – з 29.08.2011;

Міжнародна платіжна система MasterCard Worldwide;

Міжнародна платіжна система VISA Intl.;

Незалежна Асоціація банків України (НАБУ) – з 04.11.2011 (дата створення);

Українська міжбанківська асоціація членів платіжних систем «ЄМА» – 2000 року;

Національна платіжна система «Український платіжний простір» – з 27.05.2011;

SWIFT;

Асоціація «Українська спілка учасників платіжного ринку» (СУПР) – з 2014 року.

У своїй діяльності АТ «Ощадбанк» протягом тривалого часу використовує торговельну марку «ощад» та її похідні для ідентифікації юридичної особи, яка надає фінансові послуги (власне АТ «Ощадбанк») та її продуктів. Як приклад, АТ «Ощадбанк» використовує торговельну марку «ощад» для ідентифікації себе як роботодавця на власному сайті: <https://www.oschadbank.ua/career>.

Щодо використання торговельної марки «ощад» для продуктів АТ «Ощадбанк», то така торговельна марка використовується відносно ОЩАД 24/7 – застосунку інтернет-банкінгу, ОЩАД драйв – програми кредитування купівлі автомобілів, ОЩАД Рау – застосунку для еквайрингу, тощо.

За своєю суттю торговельна марка «ощад» є як окремою торговельною маркою, так і основою та складовою серії торговельних марок, які АТ «Ощадбанк» використовує при наданні банківських та фінансових послуг (торговельні марки вказані далі по тексту).

Використання АТ «Ощадбанк» торговельної марки «ощад» паралельно з торговельною маркою «ОЩАДБАНК» продиктоване споживчим досвідом, оскільки споживачі досить часто скорочують назву бренду в повсякденному

житті (наприклад, ОЩАДБАНК на ОЩАД, МОНОБАНК на МОНО, РАЙФФАЙЗЕН БАНК на РАЙФ), особливо у випадку з торговельними марками з високою розрізняльною здатністю, коли скорочена торговельна марка чітко асоціюється з певною особою (безумовно, як підтверджують дані соціологічного опитування, результати якого вказані нижче, споживачі асоціюють торговельну марку «ощад» з АТ «Ощадбанк»). Вказане також підтверджується даними GOOGLE TRENDS щодо співвідношення запитів пошуку в українському сегменті інтернету за останні 12 місяців, які вказують, що поряд з пошуковим запитом «ощадбанк» користувачі інтернету використовують спрощений запит «ощад», і кількість таких спрощених запитів становить приблизно 2/3 від кількості повних запитів «ощадбанк» (тобто, з умовних 165 пошуків, в 100 випадках користувачі використовують пошуковий термін «ОЩАДБАНК», а в 65 – «ОЩАД»).

На підтвердження доброї відомості торговельної марки «ощад» щодо послуг, для яких вона використовується, заявник надав такі документи:

- 1) зображення торговельної марки;
- 2) копія виписки з Державного реєстру свідоцтв України на торговельні марки щодо відомостей про свідоцтво України на торговельну марку «ощад»;
- 3) витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань щодо АТ «Ощадбанк»;
- 4) витяг з Державного реєстру банків щодо АТ «Ощадбанк»;
- 5) копія свідоцтва про реєстрацію Публічного акціонерного товариства «Державний ощадний банк України» від 31 грудня 1991 року;
- 6) постанова Кабінету Міністрів України від 21 травня 1999 року № 876 «Про деякі питання управління Державним спеціалізованим комерційним ощадним банком України»;
- 7) постанова Кабінету Міністрів України від 06 квітня 2011 року № 502 «Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 25 лютого 2003 року № 261»;
- 8) постанова Кабінету Міністрів України від 05 червня 2019 року № 568 «Питання акціонерного товариства «Державний ощадний банк України»;
- 9) копія Статуту АТ «Державний ощадний банк України», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 25.02.2003 № 261;
- 10) довідка АТ «Ощадбанк» щодо кількості відокремлених підрозділів АТ «Ощадбанк» за період з 2011 по 2020 роки;
- 11) роздруківка з вебсайту Укрінформ від 11.01.2017 за посиланням: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2154436-kilkist-koristuvaciv-osad247-perevisila-1-mln-200-tis.html>;
- 12) роздруківка з вебсайту АТ «Ощадбанк» щодо банку за посиланням: <https://www.oschadbank.ua/about>;
- 13) довідка АТ «Ощадбанк» щодо кількості працівників АТ «Ощадбанк» за період з 2011 по 2020 роки;

14) копії ліцензій щодо діяльності АТ «Ощадбанк»: ліцензія Національного банку України № 148; ліцензія Депозитарної діяльності депозитарної установи серія АЕ № 286660 від 10 жовтня 2013 року, ліцензія на діяльність зі зберігання активів інститутів спільного інвестування серія АЕ 286661 від 10 жовтня 2013 року, ліцензія на діяльність із зберігання активів інститутів спільного інвестування серії АЕ № 286662 від 10 жовтня 2013 року, ліцензія Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку, а саме: серія АЕ № 642065 (андерайтинг), серія АЕ № 642063 (брокерська), серія АЕ № 642064 (дилерська), серія АЕ № 642066 (управлінська);

15) довідка АТ «Ощадбанку» щодо переліку наданих послуг з торгівлі недержавними цінними паперами за період з 01.01.2011 по 30.06.2021;

16) роздруківки з офіційної сторінки АТ «Ощадбанк» в соціальній мережі «Facebook» та зі сторінок електронних ЗМІ щодо надання Ощадбанком електронних послуг за період кінця 2016 року;

17) роздруківка з вебсайту АТ «Ощадбанк» щодо кредитування;

18) роздруківки зі сторінок електронних ЗМІ щодо програми підтримки «Соціальне підприємництво» за червень-липень 2016 року;

19) роздруківки зі сторінок електронних ЗМІ щодо перших результатів програми підтримки «Соціальне підприємництво» за липень 2020 року;

20) роздруківка з вебсайту АТ «Ощадбанк» щодо програми підтримки «Ощадний дім» за посиланням: <https://www.oschadbank.ua/credit/tepli-kredit/>;

21) роздруківки зі сторінок електронних ЗМІ щодо перших результатів програми підтримки «Ощадний дім» за період з 2015 по 2016 роки;

22) роздруківка з вебсайту, присвяченого програмі підтримки малого бізнесу «Будуй своє», за посиланням: <https://buduysvoe.com/>;

23) роздруківка з вебсайту Міністерства економіки України щодо програм кредитування у 2022 році;

24) знімки екрана вебсайту АТ «Ощадбанк» щодо членства в міжнародних та національних організаціях;

25) знімок екрана аналітики з вебсайту Google Trends щодо запитів пошуку в українському сегменті інтернету за останні 12 місяців;

26) роздруківка з вебсайту АТ «Ощадбанк» щодо діяльності банку за посиланням: <https://www.oschadbank.ua/about>;

27) витяги з фінансових звітностей АТ «Ощадбанк» за період з 2013 по 2020 роки;

28) звіт про соціологічне опитування № 01/14-09 від 08.11.2021 щодо «Оцінки рівня відомості торговельної марки «ощад» в Україні»;

29) роздруківка з офіційної сторінки АТ «Ощадбанк» в соціальній мережі «Facebook» щодо кількості користувачів ОЩАД 24/7 станом на кінець 2016 року;

30) довідка АТ «Ощадбанк» щодо кількості осіб, які користуються товарами та послугами під торговельною маркою, платіжною системою «Ощад рау» та мобільним додатком «Ощад 24/7» за період з 01.01.2011 по 01.01.2022;

31) знімки екрана з аналітичного вебсайту SENSOR TOWER щодо додатка ОЩАД в рейтингах фінансових додатків APPLE APPSTORE та GOOGLE PLAY;

32) роздруківка з електронних ЗМІ щодо кількості українців, що користуються мобільним банкінгом, за посиланням: <https://biz.nv.ua/ukr/publications/tilki-2-miljoni-ukrajintsiv-koristujutsja-mobilnim-bankingom> 107374.html;

33) примірник бланка АТ «Ощадбанк» – Заява про приєднання до Договору комплексного банківського обслуговування фізичних осіб та відкриття поточного рахунку з використанням електронного платіжного засобу (платіжної картки);

34) роздруківка з вебсайту Незалежної асоціації банків України від 29.12.2016 за посиланням: <https://nabu.ua/ua/oshchadbank-zakinchuye-rik-iz-portfelem.html>;

35) роздруківки з вебсайту Незалежної асоціації банків України за лютий-березень 2017 року щодо програм кредитування АТ «Ощадбанк»;

36) роздруківка з офіційної сторінки Ощадбанку в соціальній мережі «Facebook» щодо Презентації журналу Insurance TOP від 31.03.2016;

37) роздруківка з офіційної сторінки АТ «Ощадбанк» в соціальній мережі «Facebook» щодо запуску корпоративного порталу ОЩАД Live від 17.06.2016;

38) роздруківки зі сторінок електронних ЗМІ щодо рейтингу корпоративних медіа в Україні за 2018 рік за посиланням: http://www.acmu.com.ua/presscenter/news/2018_BestCorpMedia/;

39) роздруківки з офіційної сторінки АТ «Ощадбанк» в соціальній мережі «Facebook» щодо відділень банку за травень-листопад 2016 року;

40) роздруківки з офіційної сторінки Ощадбанку в соціальній мережі «Facebook» щодо засідань клубу АТ «Ощадбанк» «Інклюзивне суспільство» за лютий 2015 року;

41) роздруківки з офіційної сторінки АТ «Ощадбанк» в соціальній мережі «Facebook» щодо програми «Ощадний дім» за травень-жовтень 2015 року;

42) роздруківка з офіційної сторінки АТ «Ощадбанк» в соціальній мережі «Facebook» щодо участі працівників Ощадбанк у всеукраїнському прибиранні від 25.04.2016;

43) знімки екрана з офіційної сторінки АТ «Ощадбанк» в соціальній мережі «Facebook» щодо відкриття відділення від 21.11.2016 за посиланням: <https://www.facebook.com/oschadbank/posts/pfbid027Bwz8AyBEK1VeKGcjK7j8aE6yUotNVSU92KLbDPEYChnxAiR3LKRtoueRoTmqPsDl>;

44) копія консолідованого звіту про управління АТ «Ощадбанк» до консолідованої фінансової звітності АТ «Ощадбанк» за рік, що закінчився 31.12.2020, та таблиця, що містить звітність АТ «Ощадбанк» щодо прибутку від використання додатку ОЩАД 24/7 за 2020 рік;

45) роздруківки зі сторінок електронних ЗМІ щодо відкриття відділень за період з листопада 2016 року по січень 2017 року;

46) публікації зі сторінок електронних ЗМІ та з офіційної сторінки АТ «Ощадбанк» в соціальній мережі «Facebook» щодо банкінгу ОЩАД 24/7 з 2013 по 2016 роки;

47) знімки екранів мобільних застосунків та мережі «Інтернет» щодо використання АТ «Ощадбанк» торговельної марки «ощад» стосовно мобільних застосунків;

48) роздруківки з офіційної сторінки АТ «Ощадбанк» в соціальній мережі «Facebook» та зі сторінок електронних ЗМІ щодо ОЩАД РАУ за лютий 2017 року;

49) знімки екрана з вебсайту АТ «Ощадбанк» та офіційних сторінок АТ «Ощадбанк» в соціальних мережах «Facebook», «Instagram», «TikTok»;

50) знімки екрана з офіційної сторінки АТ «Ощадбанк» на відеохостингу YouTube;

51) роздруківка з вебсайту Forinsurer щодо рейтингу банків України НБУ за 9 місяців 2016 року за посиланням: <https://forinsurer.com/ratings/banks/16/9/3>;

52) таблиця стосовно податків та зборів (обов'язкових платежів), що сплачені АТ «Ощадбанк» з 2011 по 2021 роки;

53) роздруківка зі сторінок електронних ЗМІ щодо відділень АТ «Ощадбанк» в Донецькій та Луганській областях за листопад 2014 року;

54) роздруківки зі сторінок електронних ЗМІ, що підтверджують доступність послуг АТ «Ощадбанк» для усіх категорій користувачів на всій території України з 2012 по 2021 роки;

55) роздруківка з офіційної сторінки АТ «Ощадбанк» в соціальній мережі «Facebook» щодо мобільних відділень банку від 14.03.2016;

56) звітність АТ «Ощадбанк» щодо прибутку від використання додатка ОЩАД 24/7 з 2019 по 2021 роки;

57) роздруківки зі сторінок електронних ЗМІ щодо відділень Ощадбанку в АР Крим за січень-березень 2014 року;

58) роздруківка з офіційної сторінки АТ «Ощадбанк» в соціальній мережі «Facebook» щодо припинення діяльності банку в АР Крим від 08.05.2014;

59) копії договорів щодо рекламування послуг АТ «Ощадбанк» з використанням торговельної марки «ощад» (Договір про надання послуг № СА-172 від 15.09.2016 щодо розміщення реклами на телебаченні (посередників щодо продажу рекламного місця) між ПАТ «Державний ощадний банк України» та ТОВ «СТАР АП» та Договір про надання рекламних послуг № 03/10-16 від 03 жовтня 2016 року щодо виготовлення та розміщення рекламних матеріалів на поверхнях рекламних конструкцій між ПАТ «Державний ощадний банк України» та ТОВ «Рекламне Агенство «Регіон Медіа»);

60) звіт за результатами ТБ кампанії АТ «Ощадбанк» «Надійний депозит»;

61) копія службової записки АТ «Ощадбанк» щодо результатів моніторингу кількості згадувань торговельної марки «ощад» у рекламі;

62) зображення Диплома про нагородження ОЩАД РАУ як найкращого платіжного офлайн-сервісу для бізнесу;

- 63) зображення Диплома про нагородження Ощад Драйв як програми найкращих автокредитів в 2020 році;
- 64) роздруківка зі сторінок електронних ЗМІ щодо участі АТ «Ощадбанк» у Петрівському ярмарку в 2016 році;
- 65) роздруківка зі сторінок електронних ЗМІ щодо основних кроків та досягнень АТ «Ощадбанк» за листопад 2015 року;
- 66) роздруківки з офіційної сторінки АТ «Ощадбанк» в соціальній мережі «Facebook» щодо проведення акції «Ощадик у подарунок»;
- 67) роздруківка зі сторінок електронних ЗМІ щодо продовження проведення акції «Ощадик у подарунок» наприкінці 2014 року;
- 68) роздруківки з СІС УКРНОІВІ щодо торговельних марок, які містять у своєму складі торговельну марку «ощад»;
- 69) копії наказу Державної служби інтелектуальної власності України № 33-Н від 07.04.2017 та рішення Апеляційної палати Державної служби інтелектуальної власності України від 09.03.2017 щодо визнання торговельної марки «ОЩАДБАНК» добре відомою в Україні;
- 70) роздруківка зі сторінок електронних ЗМІ щодо визнання АТ «Ощадбанк» найкращим консультантом з фінансового планування успішного майбутнього в сегменті Private Banking в Україні за посиланням: <https://nabu.ua/ua/oshchadbank-pidтверdiv-status-naybilsh-oshchadnogo.html>;
- 71) роздруківки рейтингових таблиць незалежного дослідження інформаційного агентства Financial Club «50 провідних банків України» з 2016 по 2021 роки;
- 72) роздруківки рейтингових таблиць незалежного дослідження інформаційного агентства Financial Club за 2016 рік;
- 73) роздруківки зі сторінок електронних ЗМІ щодо рейтингів українських банків за розміром активів за версією Національного Банку України з 2013 по 2015 роки;
- 74) роздруківка зі сторінок електронних ЗМІ щодо рейтингу Top 1000 World Banks (Топ 1000 Банків Світу) за 2013 рік;
- 75) роздруківки з офіційної сторінки АТ «Ощадбанк» в соціальній мережі «Facebook» та зі сторінок електронних ЗМІ, що підтверджують надійність послуг АТ «Ощадбанк», з 2012 по 2016 роки;
- 76) роздруківки з офіційної сторінки АТ «Ощадбанк» в соціальній мережі «Facebook» та зі сторінок електронних ЗМІ, що підтверджують зручність послуг АТ «Ощадбанк», з 2012 по 2016 роки;
- 77) роздруківка з вебсайту АТ «Ощадбанк» щодо цінності бренду АТ «Ощадбанк» в рейтингу «ТОП-100 найдорожчих брендів України» за посиланням: <https://www.oschadbank.ua/news/osadbank-pidnavsa-na-24-shodinki-v-rejtingu-top-100-najdorozcih-brendiv-ukraini>.

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

«ощад» 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 «ощад» добре відомою в Україні станом на 01.01.2017, колегією Апеляційної палати були розглянуті та взяті до уваги, зокрема, такі фактори.

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

Відповідно до пп. (a), (b), (c), (d) п. (2) ст. 2 Рекомендації, сектори суспільства, які беруться до уваги, включаючи але не обмежуючись, такі:

(i) фактичні і/або потенційні споживачі того виду товарів та/або послуг, для яких використовується знак;

(ii) особи, що беруть участь у забезпеченні каналів розповсюдження того виду товарів;

(iii) ділові кола, які займаються тим видом товарів та/або послуг, для яких використовується знак.

Якщо в державі-члені загальновідомість знака встановлена щонайменше в одному з відповідних секторів суспільства, цей знак розглядається цією державою-членом як загальновідомий знак. Якщо в державі-члені популярність знака встановлена щонайменше в одному з відповідних секторів суспільства, цей знак може розглядатися цією державою-членом як загальновідомий знак. Держава-член може зробити висновок про те, що знак є загальновідомим, навіть якщо цей знак не є загальновідомим, або, якщо держави-члени застосовують підпункт (с), відомим у відповідному секторі суспільства в цій державі-члені.

У примітці 2.11 до пункту 2 (а) статті 2 Рекомендації зазначено, що «... щодо популярності досліджуваного знака в суспільстві, то така популярність може існувати у відповідних секторах суспільства, а не в усьому суспільстві в цілому».

Відповідно до примітки 2.3 Рекомендації ступінь відомості знака може бути встановлений шляхом проведення дослідження думки споживачів та суспільства.

Відповідно до інформації, яка міститься у Статуті АТ «Ощадбанк» і розміщена на офіційному вебсайті за посиланням <https://www.oschadbank.ua/about>, АТ «Ощадбанк» є державним банком, а також універсальним банком, який надає послуги всім групам клієнтів: фізичним особам, представникам секторів мікро-, малого та середнього бізнесу (ММСБ) та великому бізнесу.

Відповідно до пункту 34 Статуту АТ «Ощадбанк», метою його діяльності як універсального банку в Україні, присутнього в усіх клієнтських сегментах, є сприяння економічному зростанню та соціальному прогресу в державі в усіх сферах діяльності; забезпечення виконання функції ринкового інструменту державної підтримки в галузях та сегментах економіки; участь у формуванні та функціонуванні кредитно-фінансової системи; сприяння загальнодоступності фінансування, підтримки та розвитку мікро-, малого і середнього бізнесу, корпоративного і роздрібного бізнесу та електронної комерції, зміцненню та реалізації виробничого і торгового потенціалу підприємств, зокрема стратегічно важливих для економічної безпеки та інфраструктури; збільшення цінності для акціонера за рахунок підвищення ефективності та результативності діяльності банку, а також отримання прибутку в інтересах Банку та акціонера.

З цією метою АТ «Ощадбанк» має право надавати банківські та інші фінансові послуги (крім послуг у сфері страхування, за винятком функції страхового посередника), зокрема здійснювати кредитні операції, провадити діяльність на ринку цінних паперів та надавати інші послуги, невичерпний перелік яких наведено в пунктах 36-50 розділу «Види діяльності Банку» Статуту АТ «Ощадбанк».

З урахуванням переліку послуг, що надаються АТ «Ощадбанк», як універсальним банком, з використанням торговельної марки «ощад», а саме у фінансовому/банківському секторі, доречними секторами суспільства для таких послуг є:

- 1) широке коло осіб, які мають потребу у банківських послугах;
- 2) повнолітні фізичні особи;
- 3) зареєстровані в Україні юридичні особи (представники секторів мікро-, малого та середнього бізнесу (ММСБ) та великого бізнесу);
- 4) працівники банків;
- 5) бухгалтери підприємств/установ, організацій;
- 6) державні підприємства та установи;
- 7) судові органи;
- 8) інші банківські установи.

Відповідно до інформації, розміщеної у Фінансових звітах за період з 2013 по 2016 роки, розподіл рахунків клієнтів АТ «Ощадбанк» за секторами економіки виглядав наступним чином:

Аналіз за секторами економіки	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016
Фізичні особи	35 841 506	37 084 965	53 874 382	69 163 026
Інвестиційна діяльність	525 778	3 185 450	10 476 862	30 381 483
Нафтогазова та хімічна промисловість	886 129	1 835 675	5 422 781	11 835 072
Транспорт	122 757	880 443	6 798 958	8 368 909
Енергетика	2 180 590	3 638 883	2 606 703	4 869 498
Сільське господарство	607 148	996 221	2 288 679	3 933 243
Фінансові послуги	643 197	1 527 421	3 306 892	3 328 306
Торгівля	911 360	1 805 802	2 266 785	3 051 422
Медіа та зв'язок	2 246 127	619 519	748 105	2 210 201
Послуги	639 258	1 134 336	1 503 302	2 077 285
Будівництво та нерухомість	318 049	363 150	683 110	1 298 778
Гірничодобувна та металургійна промисловість	62 604	192 012	1 107 084	764 263
Виробництво промислових та товарів народного споживання	72 009	164 300	373 631	594 366
Машинобудування	43 239	1 567 331	585 612	568 616
Виробництво і переробка харчових продуктів та напоїв	676 521	92 411	355 160	507 146
Органи місцевого самоврядування	4 466	269 522	191 588	317 846
Видавнича діяльність	20 330	40 537	111 435	220 170
Інші	607 665	811 018	1 568 657	2 096 608
Всього рахунків клієнтів	46 408 733	56 208 996	94 269 726	145 586 238

Як видно із таблиці, щорічно близько половини клієнтських рахунків АТ «Ощадбанк» належали фізичним особам: 77,2 % – у 2013 році, 65,9 % – у 2014 році, 57,1 % – у 2015 році, 47,5 % – у 2016 році. Також можна помітити динаміку збільшення кількості рахунків, які відкривалися для представників бізнесу, однак провідними секторами економіки постійно залишалися: інвестиційна діяльність, нафтогазова та хімічна промисловість, транспорт, енергетика, фінансові послуги, торгівля, послуги тощо.

Отже, доцільними секторами суспільства, щодо яких слід досліджувати відомість торговельної марки «ощад», яка використовується АТ «Ощадбанк»

як універсальним банком, є широкі верстви населення України, що користуються фінансовими і банківськими послугами, а саме: повнолітні фізичні особи, юридичні особи (суб'єкти господарювання), державні установи, організації, судові органи, будь-хто, у кого є необхідність в обігу коштів та у користуванні банківською системою, зокрема для здійснення господарської діяльності у різноманітних сферах економіки.

Торговельна марка «ощад» має високий ступінь відомості в релевантному секторі суспільства, що підтверджується Звітом про соціологічне опитування № 01/14-09 від 08.11.2021 щодо «Оцінки рівня відомості торговельної марки «ощад» в Україні», що проводилось у період 19-30 жовтня 2021 року. За результатами дослідження встановлено, що торговельна марка «ощад» є відомою для 94,3 % опитуваних повнолітніх осіб міст України з населенням понад 100 тис. осіб. Водночас переважна більшість опитаних осіб, а саме 93,4 %, знає торговельну марку «ощад» як таку, під якою надаються банківські послуги. Значній кількості опитуваних (69,4 %) під торговельно маркою «ощад» відомі також «фінансові послуги». З числа тих, кому відома торговельна марка «ощад», 91,6 % опитуваних вважають, що власником торговельної марки є Акціонерне товариство «Державний ощадний банк України».

Як свідчать результати опитування, більшість опитуваних, яким відома торговельна марка «ощад» (84,3 %), вперше дізнались про цю торговельну марку 31.12.2016 або раніше.

Згідно з даними опитування, основним джерелом, звідки опитувани дізнались про торговельну марку «ощад», є «особисте користування послугами під вказаною торговельною маркою». Таке джерело знайомства з торговельною маркою «ощад» підтвердили 57,5 % опитуваних з числа тих, кому відома ця торговельна марка.

Додатково про добру відомість торговельної марки «ощад» у релевантному секторі суспільства свідчить кількість завантажень мобільного додатка ОЩАД 24/7, в назві якого торговельна марка «ощад» є домінуючим елементом. Так, відповідно до даних з офіційної сторінки АТ «Ощадбанк» в мережі «Facebook», станом на кінець 2016 року додатком користувалось більше 1 200 000 осіб. Ці дані також підтверджуються довідкою АТ «Ощадбанк», де вказано, що станом на 01.01.2017 кількість користувачів мобільного додатка ОЩАД 24/7 становила 1 260 022 особи. У той же час, на дату подання цієї заяви кількість користувачів ОЩАД 24/7 становить близько 6 мільйонів, що також підтверджується довідкою АТ «Ощадбанк». Dodatkowo, ОЩАД 24/7 є одним з найбільш популярних мобільних додатків в категорії фінанси на території України. Так, відповідно до даних аналітичного вебсайту SENSOR TOWER, додаток ОЩАД 24/7 займає 9 місце в рейтингу фінансових додатків в APPLE APPSTORE та 3 місце в GOOGLE PLAY. Вказане безумовно свідчить про надвисокий ступінь відомості торговельної марки «ощад» у відповідному секторі суспільства станом на 2016 рік (також тому, що у 2016 році мобільним банкінгом в Україні користувалось всього близько 2 млн осіб, а загальна чисельність інтернет-користувачів в Україні становила близько 23 млн осіб,

відповідно фактично 5 % всього населення України, яке користувалось інтернетом, використовувало додаток ОЩАД 24/7 у 2016 році).

Отже, вказані обставини підтверджують високий ступінь відомості торговельної марки «ощад» та визнання у відповідних секторах суспільства, що підтверджує відповідність даної торговельної марки фактору добре відомої (загальновідомої) в Україні торговельної марки, закріпленому абзацом другим пункту 2 статті 25 Закону, підпунктом 1 пункту (б) частини 1 статті 2 Рекомендації, станом на 1 січня 2017 року.

2. Тривалість, обсяг та географічний район використання торговельної марки «ощад»

Торговельна марка «ощад» та похідні торговельні марки серії, що має спільну основу «ощад», використовувались та продовжують використовуватись АТ «Ощадбанк» щонайменше з 2001 року і безперервно використовуються весь період до сьогодні.

Обсяг використання торговельної марки «ощад»

Торговельна марка «ощад» зареєстрована та використовується АТ «Ощадбанк» для такого переліку товарів та послуг:

Номер класу МКТП	Перелік товарів та/або послуг
16	Папір, картон і вироби з них, що не належать до інших класів; друкована продукція; матеріали для книжкових оправ; фотографії; канцелярські товари; клеї канцелярські і побутові; товари для художників; пензлі; друкарські машинки та канцелярське обладдя (крім меблів); навчальні матеріали (крім апаратури); пластмасові матеріали для пакування (що не належать до інших класів); ігрові карти; друкарські шрифти; друкарські кліше; всі товари, що включені до 16 класу
35	Реклама; керування справами; ділове адміністрування; діловодство; всі послуги, що включені до 35 класу
36	Страховання; фінансова діяльність; кредитно-грошові операції; операції з нерухомістю; всі послуги, що включені до 36 класу
38	Зв'язок; всі послуги, що включені до 38 класу
41	Освіта, виховування; забезпечування навчання; розваги; влаштування спортивних і культурних заходів; всі послуги, що включені до 41 класу
42	Забезпечування харчами і напоями; тимчасовим житлом; лікарське, гігієнічне та косметичне доглядання; ветеринарні та

сільськогосподарські послуги; правничі послуги; наукове та промислове досліджування; програмування; всі послуги, що включені до 42 класу
--

Щодо основного виду послуг, які надаються АТ «Ощадбанк» та стосовно яких торговельна марка «ощад» визнається добре відомою, – банківські та фінансові послуги (які входять до 36 класу МКТП), зазначається, що під час надання вказаних послуг АТ «Ощадбанк» використовує торговельну марку «ощад» різноманітними способами, зокрема на власному вебсайті, у мобільних застосунках та в діловій документації. Так, на офіційному вебсайті АТ «Ощадбанк» можна знайти примірник Заяви про приєднання до Договору комплексного банківського обслуговування фізичних осіб та відкриття поточного рахунку з використанням електронного платіжного засобу (платіжної картки).

У тексті вказаної заяви, як і у тексті відповідного договору, використовується торговельна марка «ощад», зокрема під час обрання способу комунікації між банком та клієнтом.

Щорічний приріст користувачів послугами 36 класу МКТП, що надаються із використанням торговельної марки «ощад», можна прослідкувати, враховуючи інформацію, розміщену у Фінансових звітах АТ «Ощадбанк» за період з 2013 по 2016 роки. Вказані звіти містять таку інформацію щодо загальної кількості рахунків клієнтів за 2012-2016 роки (до загальної кількості рахунків включаються як строкові депозити, так і рахунки до запитання):

За рік, що закінчився	31 грудня 2012 року	31 грудня 2013 року	31 грудня 2014 року	31 грудня 2015 року	31 грудня 2016 року
Всього рахунків клієнтів	38 877 293	46 408 733	56 208 996	94 269 726	145 586 238

Використовуючи цю інформацію, можна прослідкувати, скільки нових клієнтів з'являлося у АТ «Ощадбанк» щорічно протягом 2012-2016 років, а значить вирахувати кількість осіб, які ознайомилися і підписали документацію, в якій використовується торговельна марка «ощад», а саме Заяву про приєднання до Договору комплексного банківського обслуговування фізичних осіб та відкриття поточного рахунку з використанням електронного платіжного засобу (платіжної картки).

Одним з напрямів діяльності АТ «Ощадбанк» у банківській сфері є залучення коштів фізичних осіб на строкові вклади в національній та іноземній валюті (розміщення депозитних вкладів), які надаються під торговельною маркою «ощад» у банківських установах АТ «Ощадбанк» по всій території України. Для задоволення потреб фізичних осіб у жовтні 2016 року банк оновив депозитну лінійку із залученням коштів фізичних осіб на строкові вклади в національній та іноземній валюті за такими програмами: базовий «Мій депозит»,

вклад для пенсіонерів «Мій пенсійний депозит», та бонусний «Мій прогресивний депозит». Як результат, протягом 2016 року АТ «Ощадбанк» демонстрував найбільший серед банків України приріст строкових коштів фізичних осіб. За цей період портфель строкових депозитів населення збільшився на 12,6 млрд грн і станом на кінець року досяг 50 млрд грн.

Під торговельною маркою «ощад» АТ «Ощадбанк» також надає послуги з кредитування фізичних та юридичних осіб. У 2014-2016 роках здійснено кредитування фізичних та юридичних осіб за такими стандартизованими продуктами/умовами кредитування: «Ощадний дім» (видано 2 млрд грн протягом 2014-2016 років), програма кредитування соціальних підприємств спільно з WNISEF (в лютому 2017 року видано другий кредит для юридичної особи) та ряд інших програм кредитування для фізичних та юридичних осіб.

Відповідно до інформації, розміщеної у Фінансових звітах АТ «Ощадбанк» за період з 2013 по 2016 роки, загальна кількість кредитів, надана клієнтам банку протягом 2012-2016 років складала 305 162 231 кредитів, із них всього 13 490 624 кредитів надано фізичним особам, як показано у таблиці нижче. Найбільш популярними напрямками кредитування фізичних осіб за ці роки були: споживчі кредити, забезпечені нерухомістю та гарантіями, іпотечні кредити, кредити з використанням платіжних карток, автокредити та інші споживчі кредити.

За рік, що закінчився	31.12.2012	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016
Всього кредитів, наданих фізичним особам	2 354 144	2 759 323	2 521 330	2 946 324	2 909 503
Всього кредитів, наданих клієнтам	51 337 576	52 179 567	70 236 315	65 462 189	65 946 584

Обізнаності споживачів щодо послуг АТ «Ощадбанк» під торговельною маркою «ощад» також сприяло надання послуг у сфері страхування – АТ «Ощадбанк» було визнано лідером з залучення коштів страхового ринку за підсумками щорічної Презентації журналу Insurance TOP, присвяченої підбиттю підсумків страхового ринку України за 2015 рік. У 2015 році Ощадбанк залучив від страхових компаній на поточні та депозитні рахунки понад 1,7 млрд грн, показавши зростання на 184 %. Це майже 14 % усіх депозитів, розміщених страховиками в банківській системі України.

Також з метою просування банківських та фінансових послуг АТ «Ощадбанк» здійснює надання ряду рекламних послуг із використанням торговельної марки «ощад».

Відповідно до інформації, яка міститься у Фінансових звітах АТ «Ощадбанк» за період з 2013 по 2016 роки, всього протягом 2012-2016 років АТ «Ощадбанк» було витрачено близько 126 627 тис. грн на рекламу, як показано у таблиці нижче:

За рік, що закінчився	31 грудня 2012 року	31 грудня 2013 року	31 грудня 2014 року	31 грудня 2015 року	31 грудня 2016 року
Витрати на рекламу	16 429	17 963	17 659	27 319	47 257

Покращеному наданню банківських послуг та комунікації між банком та клієнтами сприяє використання онлайн-застосунків. Як зазначалося раніше, торговельна марка «ощад» використовується у мобільному застосунку ОЩАД 24/7. Однак торговельна марка «ощад» також використовується всередині корпоративного порталу для комунікації між працівниками Ощадбанку – ОЩАД Life. Цей портал було запущено в червні 2016 року для спрощення спілкування між працівниками банку, обміну досвідом (так, наприклад, під час обслуговування клієнта у відділенні банку з метою надання йому фінансових послуг, у менш досвідчених працівників є можливість в режимі реального часу отримати пораду від інших працівників, що сприяє більш якісному та оперативному обслуговуванню клієнтів). Торговельна марка «ощад» використовувалася АТ «Ощадбанк» для розповсюдження інформації про корпоративний портал ОЩАД Life в мережі «Інтернет». Про успішний розвиток цього застосунку для спілкування та розповсюдження інформації свідчить зайняття ним III місця у конкурсі «Найкраще корпоративне медіа України 2018».

Щодо використання торговельної марки «ощад» для друкованої продукції: торговельна марка «ощад» використовується АТ «Ощадбанк» шляхом нанесення на різноманітну друковану продукцію, яка пропонується для ознайомлення із банківськими та фінансовими послугами, які надає банк відвідувачам банківських відділень. До такої продукції належать буклети та листівки, що доступні для ознайомлення на стендах із інформацією про послуги банку, друковані плакати та вивіски, які розміщуються всередині та ззовні банківських відділень, та друкована продукція, яка клеїться на банкомати та термінали АТ «Ощадбанк».

З метою більшого поширення інформації стосовно банківських та фінансових послуг, які надаються АТ «Ощадбанк», зазначається, що банк часто влаштовує ряд культурних та освітніх заходів. Під час проведення подібних заходів АТ «Ощадбанк» використовує торговельну марку «ощад» шляхом розміщення її на різноманітних банерах та документації, а також в мережі «Інтернет», публікуючи звіти із заходів, до організації яких банк було залучено. Так, протягом 2015-2016 років АТ «Ощадбанк» було організовано самостійно та у співпраці з іншими учасниками ряд освітніх, культурних та розважальних заходів. З лютого 2015 року АТ «Ощадбанк» регулярно проводяться засідання клубу «Інклюзивне суспільство», на яких виступають запрошені спікери з метою навчання розуміння та роботи із людьми з особливими потребами.

Також торговельна марка «ощад» використовувалася АТ «Ощадбанк» під час презентації загальнонаціональної програми «Ощадний дім» на Форумі енергоефективного партнерства у травні 2015 року, а потім на Міжнародному Форумі Сталої Енергетики в Україні «SEF-2015 Київ Енергетичний Арсенал» у жовтні 2015 року.

Як зазначалося раніше, АТ «Ощадбанк» використовує торговельну марку «ощад» для ідентифікації себе як роботодавця на власному сайті, однак ця торговельна марка також використовується для ідентифікації працівників банку. Так, у публікації АТ «Ощадбанк» у соціальній мережі «Facebook», опублікованій в квітні 2016 року і присвяченій результатам участі працівників банку у всеукраїнському прибиранні, було повідомлено: «Зробили Україну чистою разом! Понад 1 500 ощадівців у 13 областях України підтримали наймасштабніше прибирання країни».

Отже, торговельна марка «ощад» безперервно використовується АТ «Ощадбанк» на території України з 2001 року на вивісках (рекламних банерах) банківських відділень, банкоматах та терміналах, платіжних банківських картах, на автотранспортних засобах, які входять до інкасаторської служби АТ «Ощадбанк», в діловій документації, в рекламі в мережі «Інтернет».

Торговельна марка «ощад» розміщується у відділеннях АТ «Ощадбанк», що підтверджується відповідними фото, які були розміщені на офіційній сторінці АТ «Ощадбанк» в соціальній мережі «Facebook» у 2016 році.

АТ «Ощадбанк» використовує торговельну марку «ощад», розміщуючи її на об'єктах банкоматної мережі, яка відповідно до звітності банку є однією з найбільших в Україні і становить близько 3 тисячі машин. Приклади розміщення торговельної марки «ощад» на об'єктах банкоматної мережі також можливо відслідкувати в статтях, що містяться в електронних ЗМІ.

Також, торговельна марка «ощад» використовується в графічному інтерфейсі додатків мобільного та веббанкінгу ОЩАД 24/7, який доступний клієнтам банку щонайменше з 2013 року. Вказане підтверджується публікаціями ЗМІ за листопад 2013 року, а також публікаціями АТ «Ощадбанк» в соціальній мережі «Facebook» за 2013-2016 роки.

Окрім банкінгу ОЩАД 24/7, торговельна марка «ощад» використовується для ідентифікації застосунків ОЩАД РАУ (доступний для мерчантів в промисловій експлуатації з 2017 року, Мобільний ОЩАД).

Торговельна марка «ощад» також використовується АТ «Ощадбанк» в мережі «Інтернет», зокрема на власному вебсайті <https://www.oschadbank.ua/>, та в різних соціальних мережах, таких як «Facebook», «Instagram», «TikTok». Окремо, на сторінці Oschadbank.tv, що адмініструється АТ «Ощадбанк» на відеохостингу YouTube банком, розміщуються відео (рекламні, навчальні), в яких використано торговельну марку «ощад». Такі відео доступні користувачам платформи з 2016 року.

Як зазначалося раніше, офіційний вебсайт АТ «Ощадбанк» був запущений у вересні 2016 року. На період його запуску АТ «Ощадбанк» вже активно використовував торговельну марку «ощад» для рекламування власних веб- та мобільних сервісів, зокрема банкінгу ощад 24/7. Це підтверджується відбитками екрану із офіційного вебсайту Ощадбанк, які були розміщені у статтях, що розповсюджувалися у ЗМІ у вересні-жовтні 2016 року.

Додатково, АТ «Ощадбанк» використовує торговельну марку «ощад» в доменних іменах, наприклад <https://oschad.info/>, за адресою якого розміщено інформаційний ресурс АТ «Ощадбанк».

Що стосується обсягу використання торговельної марки «ощад», то, як продемонстровано вище, АТ «Ощадбанк» використовує торговельну марку «ощад» різними способами та з високою інтенсивністю, оскільки банк має надвелику для українського фінансового сектору кількість клієнтів (відповідно до даних управлінської звітності, банк обслуговує близько 7 мільйонів клієнтів), є системно важливим банком за визначенням Національного банку України, станом на 2016 рік був другим у рейтингу банків за розміром активів в Україні та є великим платником податків, оскільки з 2011 по 2021 роки АТ «Ощадбанк» сплачено податків та зборів до бюджетів різних рівнів у сумі 52 838,3 млн грн, що підтверджується відповідними довідками. Зокрема, за період 2011-2016 роки було загалом сплачено податків та зборів на такі суми:

2011 рік: 862,5 млн грн;
2012 рік: 1 058,5 млн грн;
2013 рік: 1 385,1 млн грн;
2014 рік: 2 077,8 млн грн;
2015 рік: 2 017,6 млн грн;
2016 рік: 2 329,6 млн грн.

Географічний район використання торговельної марки «ощад»

Із моменту створення та початку використання торговельна марка «Ощад» використовувалась на всій території України, оскільки відділення банку розміщені по всій країні. Загалом банк управляє 1 391 відділенням, при цьому найбільша зафіксована кількість відділень становила 5 860. Крім того, сервіс «Ощад 24/7» забезпечує цілодобовий банківський доступ клієнтів на всій території України.

Як зазначалося раніше, станом на 31 грудня 2016 року АТ «Ощадбанк» мав близько 4 066 відокремлених підрозділів, із яких 24 функціонували як регіональні управління.

У зв'язку із зазначеним вище АТ «Ощадбанк» в листопаді 2014 року повідомив, що з 1 грудня 2014 року переносить свої філії з тимчасово окупованих територій Донецької і Луганської областей у найближчі міста – до Краматорська та Северодонецька, на виконання розпоряджень Президента та уряду.

Водночас як буде також надалі вказано у розділі стосовно цінності, що асоціюється із торговельною маркою «ощад», з 2015 року АТ «Ощадбанк» запустив кілька мобільних броньованих автовідділень банку, які працюють на території Луганської та Донецької областей уздовж лінії зіткнення та надають увесь спектр доступних банківських послуг. Це підтверджується різноманітними публікаціями АТ «Ощадбанк» в інтернеті та публікаціями банку в соціальній мережі «Facebook».

АТ «Ощадбанк» також продовжував надання банківських послуг на території Донецької та Луганської областей через додаток ОЩАД 24/7. Це підтверджується інформацією, що міститься у звітності щодо прибутку від використання додатку ОЩАД 24/7 за 2019-2021 роки, як показано у таблиці нижче.

Показник Оплата комунальних послуг	Кількість Всього за рік	Сума Всього за рік	Кількість клієнтів, що здійснювали операції Всього за рік
2019 рік – Луганська область			
2019 рік – Донецька область	869	334 357,60	545
2020 рік – Луганська область	13 887	2 506 404,69	4 566
2020 рік – Донецька область	98 470	20 751 353,32	15 266
2021 рік – Луганська область	64 100	20 359 984,40	10 180
2021 рік – Донецька область	216 075	57 526 043,88	23 477

Однак АТ «Ощадбанк» здійснював активне надання банківських та фінансових послуг на території АР Крим до моменту його окупації. Станом на 13 січня 2014 року мережа відділень банку в АР Крим включала 294 установи та продовжувала розширюватися: додатково було відкрито два нові відділення, у грудні 2013 року та у січні 2014 року. Банкоматна мережа АР Крим налічувала 151 банкомат. Лише у травні 2014 року адміністрацією АТ «Ощадбанк» було прийнято рішення тимчасово припинити діяльність в АР Крим та місті Севастополі до завершення окупації відповідно до Закону України «Про забезпечення прав і свобод громадян та правовий режим на тимчасово окупованій території України», а також на виконання постанови Національного банку України від 6 травня 2014 року № 260 «Про відкликання та анулювання банківських ліцензій та генеральних ліцензій на здійснення валютних операцій окремих банків і закриття банками відокремлених підрозділів, що розташовані на території Автономної Республіки Крим і міста Севастополя».

Наведені вище факти та надані на їх підтвердження докази підтверджують тривалий, безперервний, інтенсивний і динамічно прогресуючий характер використання торговельної марки «ощад» на всій території України. Це вказує на відповідність торговельної марки «ощад» фактору добре відомої в Україні торговельної марки, закріпленому абзацом третім пункту 2 статті 25 Закону, підпунктом 2 пункту (b) частини 1 статті 2 Рекомендації станом на 1 січня 2017 року.

3. Тривалість, обсяг та географічний район просування торговельної марки «ощад», включаючи рекламування

Протягом усього часу використання торговельної марки «ощад» на території України проводяться рекламні кампанії з її просування. Рекламування послуг під цією торговельною маркою здійснювалось різними способами, зокрема на телебаченні, на радіо, в друкованих засобах масової інформації, в мережі «Інтернет», шляхом розміщення в зовнішній рекламі, при проведенні різних банківських, соціальних, спортивних заходів та свят тощо.

Згідно з даними соціологічного опитування № 01/14-09 від 08.11.2021 щодо «Оцінки рівня відомості торговельної марки «ощад» в Україні», що проводилось у період 19-30 жовтня 2021 року, основним джерелом інформації про торговельну марку «ощад» була реклама. 75,1 % опитуваних з числа тих, кому відома торговельна марка «ощад», траплялась реклама послуг під цією торговельною маркою. Поширеними джерелами знайомства з торговельною маркою «ощад» також є інтернет, телебачення та особисте споглядання реклами установ, які надають послуги під вказаною торговельною маркою.

Активні дії, щодо рекламування торговельної марки «ощад» підтверджуються укладеними договорами з рекламними агенціями. Зокрема, активне просування торговельної марки здійснювалось на підставі таких договорів:

а) Договір про надання послуг № СА-172 від 15 вересня 2016 року щодо розміщення реклами на телебаченні (посередників щодо продажу рекламного місця) між ПАТ «Державний ощадний банк України» та ТОВ «СТАР АП»;

б) Договір про надання рекламних послуг № 03/10-16 від 3 жовтня 2016 року щодо виготовлення та розміщення рекламних матеріалів на поверхнях рекламних конструкцій між ПАТ «Державний ощадний банк України» та ТОВ «Рекламне Агентство «Регіон Медіа».

Так, відповідно до Договору № 03/10-16 від 3 жовтня 2016 року ТОВ «Рекламне Агентство «Регіон Медіа» надавало рекламні послуги, пов'язані з розміщенням таких рекламних матеріалів на поверхнях рекламних конструкцій на території 22 міст України в період з 3 жовтня по 22 грудня 2016 року.

Також на виконання умов Договору № СА-172 від 16 вересня 2016 року ТОВ «СТАР АП» надавало АТ «Ощадбанк» послуги із розміщення рекламних відеороликів на телебаченні (близько 16 телевізійних каналів) до кінця 2016 року. Відповідно до календарного плану розміщення рекламних матеріалів, що є додатком до договору, ТОВ «СТАР АП» здійснювало розміщення відеоролика «Mobile-банкінг – 30 сек».

Загальна ціна вищенаведених договорів з надання рекламних послуг становила 10 029 994,4 грн.

На основі проведених рекламних кампаній ТОВ «СІГМА УА» було підготовано звіт за результатами ТБ кампанії АТ «Ощадбанк», де проілюстровано збільшення кількості контактів в рамках рекламної кампанії.

АТ «Ощадбанк» також надає інформацію, яка засвідчує, що з 2016 по 2021 роки кількість згадувань торговельної марки «ощад» на телебаченні, радіо, у

друкованих ЗМІ тільки зростала. АТ «Ощадбанк» регулярно бере участь у різних конкурсах, виставках та ярмарках, де поширює інформацію про послуги під торговельною маркою «ощад». Зокрема у 2020 році ОЩАДРАУ від АТ «Ощадбанк» отримав нагороду від Payspace Magazine Awards 2020 у номінації Найкращий платіжний офлайн-сервіс для бізнесу. Також у 2020 році АТ «Ощадбанк» отримав нагороду за програму «Ощад драйв», яка зайняла перше місце в номінації «найкращі автокредити в 2020 році».

Як зазначалося вище, з метою інформування відвідувачів банківських установ АТ «Ощадбанк» про його послуги, в кожному відділенні у відкритому доступі розміщені рекламні продукти (флайери, брошури, календарі, плакати), що містять торговельну марку «ощад» та виготовлені на замовлення АТ «Ощадбанк».

АТ «Ощадбанк» також здійснює просування торговельної марки «ощад» у мережі «Інтернет». Інформація про фінансові та банківські послуги з використанням торговельної марки «ощад» поширюється серед споживачів самим АТ «Ощадбанк» за допомогою офіційного вебсайту, офіційних сторінок АТ «Ощадбанк» в соціальних мережах, а також за допомогою надання інформації офіційною пресслужбою стороннім ЗМІ.

Як зазначалося раніше, АТ «Ощадбанк» використовує торговельну марку «ощад» для ідентифікації себе як роботодавця на власному сайті, однак ця торговельна марка також використовується для ідентифікації працівників банку. Так, у пресрелізі, опублікованому в липні 2016 року в інтернет-виданні БукІнфо, який стосувався проведення Петриківського ярмарку в Чернівцях, йшлося про те, що «в ході презентації ощадівці пропонували весь спектр банківських послуг Ощадбанку – регулярні платежі, депозити, програму енергозбереження, WEB-банкінг, вільний платіж, заставні кредити тощо».

АТ «Ощадбанк» регулярно здійснює публікацію інформації в мережі «Інтернет», яка стосується його досягнень за певний період часу. Публікування таких відомостей здійснюється з метою просування послуг, які надаються банком із використанням торговельної марки «ощад». Під час оприлюднення інформації про основні досягнення АТ «Ощадбанк» за листопад 2015 року банк повідомив про впровадження нових функціональних можливостей для користувачів WEB-банкінгу ОЩАД 24/7.

Торговельна марка «ощад» також використовувалася АТ «Ощадбанк» для позначення вигаданого персонажу-іграшки «ощадик», що використовувався для рекламування спонукання клієнтів банку використовувати картки АТ «Ощадбанк», що працюють на платіжній системі MasterCard, для здійснення безготівкових платежів протягом 2014 року. Акція «ощадик у подарунок» тривала з 15.01.2014 по 31.01.2015 з використанням рекламних макетів. Станом на 26.12.2014 понад 53 тисячі клієнтів АТ «Ощадбанк» зареєструвалося для взяття участі в акції, та майже 20 тисяч із них уже отримали в подарунок іграшки.

З метою просування на банківському та фінансовому ринку своїх послуг під торговельною маркою «ощад» банк витратив значні кошти. Так у період з 2012 по 2020 роки на рекламу своїх послуг АТ «Ощадбанк» було витрачено 319 607 тис. грн, що підтверджується Фінансовими звітами за період з 2013 по 2020 роки.

Отже, вищезазначені обставини та надані на їх підтвердження докази просування, демонстрації та рекламування торговельної марки «ощад» свідчать про інтенсивний, безперервний, динамічно прогресуючий, триваючий характер, великий обсяг та широкий географічний район такого просування й рекламування торговельної марки «ощад» в Україні, починаючи щонайменше з 2014 року. Відповідно, торговельна марка «ощад» відповідає фактору добре відомого статусу торговельної марки, закріпленого абзацом четвертим пункту 2 статті 25 Закону, підпунктом 3 пункту (б) частини 1 статті 2 Рекомендації, станом на заявлену дату – 1 січня 2017 року.

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

АТ «Ощадбанк» на території України володіє сім'єю торговельних марок, в основі яких є торговельна марка «ощад»:

№ з/п	Зображення торговельної марки	Номер свідоцтва та дата реєстрації	Номер та дата подання заявки	Класи МКТП
1	ОЩАД	№ 32694 від 16.06.2003	№ m 2001 063520 від 08.06.2001	товари 16 класу та послуги 35, 36, 38, 41, 42 класів
2	ОЩАДБАНК	№ 34083 від 15.08.2003	№ m 2001 063521 від 08.06.2001	товари 16 класу та послуги 35, 36, 38, 41, 42 класів
3	ОЩАДАВТО	№ 87051 від 25.01.2008	№ m 2006 13294 від 04.09.2006	послуги 36 класу
4	ОЩАДЖИТЛО	№ 87052 від 25.01.2008	№ m 2006 13295 від 04.09.2006	послуги 36 класу
5	ОЩАДБУД	№ 87053 від 25.01.2008	№ m 2006 13296 від 04.09.2006	послуги 36 класу
6	ОЩАДІНВЕСТ	№ 87054 від 25.01.2008	№ m 2006 13297 від 04.09.2006	послуги 36 класу
7	ОЩАДСТРОЙ	№ 87055 від 25.01.2008	№ m 2006 13298 від 04.09.2006	послуги 36 класу
8	ОЩАДСТРАХ	№ 87056 від 25.01.2008	№ m 2006 13299 від 04.09.2006	послуги 36 класу

9	ощад РАУ	№ 249973 від 12.11.2018	№ m 2017 03252 від 17.02.2017	послуги 36 класу
10		№249971 від 12.11.2018	№ m 2017 03249 від 17.02.2017	послуги 36 класу
11		№249972 від 12.11.2018	№ m 2017 03250 від 17.02.2017	послуги 36 класу
12		№ 260551 від 25.06.2019	№ m 2017 18249 від 17.08.2017	послуги 36 класу
13	ОЩАД БІЗНЕС	№ 260553 від 25.06.2019	№ m 2017 18252 від 17.08.2017	послуги 36 класу
14	ОЩАД 24/7	№204087 від 25.09.2015	№ m 2014 08665 від 24.06.2014	послуги 36 класу
15	Звісно Ощад, more можливостей more зручності more бонусів Кредитна картка more Онлайн за QR-кодом	№ 317590 від 20.04.2022	№ m 2020 13516 від 09.07.2020	послуги 35 класу
16	Сьогодні не тільки ми онлайн. Хто ще? Звісно, наш спонсор - кредитна картка more від Ощад! more бонусів з кожної покупки, more можливостей та зручностей з діджитал-сервісами. Онлайн у чат-боті за QR-кодом! Кредитка more від Ощад! more Бонусів. Онлайн у чат-боті за QR-кодом! Кредитка more від Ощад! more зручностей з інтернет-банкінгом. Онлайн у чат-боті за QR-кодом! Хочете більше від життя? Кредитка more від Ощад! more бонусів, можливостей та зручностей. Онлайн у чат-боті за QR-кодом!	№ 318196 від 04.05.2022	№ m 2020 13517 від 09.07.2020	послуги 35 класу

Належність АТ «Ощадбанк» виключних майнових прав інтелектуальної власності на вищеперелічені торговельні марки підтверджується роздруківками з СІС УКРНОІВІ.

У володінні АТ «Ощадбанк» вже є торговельна марка, яка була визнана добре відомою на території України. Так, наказом Державної служби інтелектуальної власності України (далі – ДСІВ) № 33-Н від 07.04.2017 було затверджено рішення Апеляційної палати ДСІВ України від 09.03.2017, відповідно до якого торговельну марку «ОЩАДБАНК» було визнано добре відомою в Україні відносно Публічного акціонерного товариства «Державний ощадний банк України» (що є старою назвою АТ «Ощадбанк») для послуг 36 класу МКТП: «фінансові послуги; кредитно-грошові операції; банківські послуги», станом на 31.03.2008.

Отже, задовго до заявленої дати визнання торговельної марки «ощад» добре відомою в Україні (1 січня 2017 року) АТ «Ощадбанк» уже мав відповідні реєстрації торговельної марки. Водночас тривалим і безперервним є також строк реєстрації торговельної марки «ощад» в Україні, що розпочинається з 2003 року, тобто є чинним 19 років поспіль і на 13 років раніше до заявленої дати визнання торговельної марки «ощад» добре відомою (1 січня 2017 року). Відповідно, торговельна марка «ощад» відповідає фактору добре відомого статусу торговельної марки, закріпленого абзацом п'ятим пункту 2 статті 25 Закону, підпунктом 4 пункту (b) частини 1 статті 2 Рекомендації, станом на заявлену дату – 1 січня 2017 року.

5. Цінність, що асоціюється із торговельною маркою «ощад»

АТ «Ощадбанк» зазначає, що цінність торговельної марки «ощад» підтверджується: значною кількістю фінансових/банківських послуг, що надаються в Україні під торговельною маркою «ощад», та кількістю користувачів такими послугами, що є свідченням високого ступеня довіри споживачів до послуг що надаються; нагородами; обсягом витрат на рекламування та просування послуг під торговельною маркою «ощад» на ринку фінансових/банківських послуг.

Навесні 2016 року та за підсумками 2017 року АТ «Ощадбанк» був визнаний журналом Euromoney найкращим консультантом з фінансового планування успішного майбутнього в сегменті Private Banking в Україні. У цій номінації

АТ «Ощадбанк» випередив не лише всі українські банки, а й таких потужних гравців Private Banking, як найбільший швейцарський банк UBS та американський фінансовий холдинг JPMorgan.

За версією щорічного незалежного дослідження інформаційного агентства Financial Club АТ «Ощадбанк» очолює рейтинг «50 провідних банків України» шість років поспіль – з 2016 по 2021 роки. Загалом за 2016 рік АТ «Ощадбанк» було відзначено в 13 номінаціях. Окрім першого місця в головному конкурсі провідних банків, АТ «Ощадбанк» увійшов до першої трійки в наступних рейтингах: інкасація коштів (перше місце), зарплатні проекти (перше місце), обслуговування фізичних осіб у відділенні (друге місце). Окрім цього, заступник голови правління АТ «Ощадбанк» Антон Тютюн очолив лідерів номінації «найкращий роздрібний банкір».

У 2017 році АТ «Ощадбанк» увійшов до ТОП-3 найкращих роботодавців у категорії «Банки, фінансові установи» за версією журналу «Фокус», а також до ТОП-10 рейтингу роботодавців у номінаціях «Зіркові мотиватори» та «Перевірено часом» за версією журналу «Бізнес». Протягом 2017 року АТ «Ощадбанк» продовжував розвивати програми соціальної відповідальності. Проведено 15 тренінгів Inclusive Friendly у 8 містах України, 100 засідань

інклюзивних клубів. Зібрано 200 тис. грн через термінали та благодійний аукціон Charitium для фонду «Таблеточки», 24 літри крові в День донора в Ощадбанку. Понад тисяча талановитих тинейджерів відвідали конференції «Завтра 2037» у містах Київ та Дніпро. Зазначене підтверджує значну цінність, що асоціюється із торговельною маркою «ощад» для споживачів банківських/фінансових послуг.

Також Національний Банк України щорічно проводить перерозподіл банків та складає рейтинг за розміром активів. Протягом 2013-2015 років АТ «Ощадбанк» стабільно займав друге місце у трійці лідерів.

Окрім визнання на території України АТ «Ощадбанк» також отримувал нагороди на міжнародному рівні. Так, у липні 2013 року АТ «Ощадбанк» був серед п'яти українських банків, які увійшли до рейтингу Top 1000 World Banks (Топ 1000 Банків Світу).

Окрім того, завдяки якісним послугам, що надаються банком, АТ «Ощадбанк» отримав дві престижні нагороди в рамках міжнародної премії Global Banking & Finance Awards 2021. Його визначено переможцем від України в номінаціях «Найкращий банк в соціальних мережах» (Best Bank for Social Media) та «Найкраща онлайн-фінансова освіта та навчання» (Best Online Financial Education & Training). АТ «Ощадбанк» – номер один серед банківських спільнот України за кількістю фоловерів та за взаємодією з ними. Він представлений у всіх популярних соціальних мережах: «Facebook», «Instagram», «TikTok», «Youtube», «LinkedIn», «Twitter». Спільнота АТ «Ощадбанк» у Facebook нещодавно перевищила 250 тис. підписників, у TikTok – 200 тис., в Instagram – 50 тис.

Сервіс мобільного банкінгу ОЩАД 24/7 отримав визнання ще на початку його запуску – у вересні 2016 року. Відповідно до інформації, яка публікувалася представниками банку та у ЗМІ, за кількістю доступних в ОЩАД 24/7 функцій АТ «Ощадбанк» одразу увійшов в ТОП-3 банків України.

Сервіс «Ощад PAY» отримав нагороду як «Кращий платіжний офлайн-сервіс для бізнесу» на церемонії PaySpace Magazine Awards 2020 (за технологією Tap to Phone від Visa). Цей сервіс дає підприємцям можливість приймати до оплати безконтактні картки та NFC-гаджети через смартфон, фактично перетворюючи його на платіжний термінал. Ще дві нагороди також пов'язано з сервісами АТ «Ощадбанк» для малого бізнесу: друге місце серед кращих інтернет-банкінгів для підприємців (CorpLight) та третє місце в номінації «Кращий кредит банку для бізнесу» (мікрокредит від Ощадбанку). Окрім цього, АТ «Ощадбанк» отримав «срібло» в номінації «Кращий фінансовий чат-бот» та «бронзу» як кращий банк-екваєр.

Серед основних характеристик, якими наділяють АТ «Ощадбанк» його користувачі та рейтинги незалежних видань, є надійність, зручність, доступність. Протягом 2012-2016 років Ощадбанк було багаторазово наділено званням надійного банку. Ця цінність підтверджується фактами того, що АТ «Ощадбанк» має одні з найкращих показників за сформованими резервами і достатності

капіталу, а також він є одним з найбільш надійних банків в сфері депозитів, оскільки збереження заощаджень вкладника гарантуються державою. Надійність для громадян та бізнесу також підтверджується фактом співпраці АТ «Ощадбанку» із міжнародними організаціями, такими як Німецько-Український фонд щодо кредитування малого та середнього бізнесу, а також незалежними рейтингами українських видань, таких як журнал «Новое время», інвестиційна компанія Dragon Capital, видання «Деньги» та «Личный счет» тощо.

Як вказувалося раніше, за підсумками 2015 року АТ «Ощадбанк» було оголошено лідером з залучення коштів страхового ринку за результатами проведення Національної премії журналу Insurance Top. Під час підбиття підсумків премії було визначено, що АТ «Ощадбанк» залучив від страхових компаній на поточні та депозитні рахунки понад 1,7 млрд грн, що склало майже 14 % усіх депозитів, розміщених страховиками в банківській системі України на початок 2016 року. Як було зазначено під час коментування отримання диплому, основні критерії, за якими страховики обирають Ощадбанк – клієнтоорієнтованість, надійність збереження коштів і вигідні умови їх розміщення.

АТ «Ощадбанк» протягом всього періоду діяльності розвивав власні сервіси з метою наділення їх званням зручних. Це стосується як поступового розвитку діяльності банку, його виходу в середовище електронних сервісів, так і тимчасових заходів, які впроваджувалися банком за необхідності в певний період часу. Як приклад тимчасових заходів можна навести періоди оптимізації графіку АТ «Ощадбанк»:

- робота без вихідних для надання якомога більшої кількості клієнтів можливості сплатити комунальні платежі за пільговим тарифом, який діяв у листопаді 2014 року;

- або ж збільшення кількості днів на тиждень, у які можна пройти реєстрацію для отримання компенсації як вкладник колишнього Ощадбанку СРСР у грудні 2012 року.

Окрім впровадження таких тимчасових заходів задля зручності користування сервісами банку, АТ «Ощадбанк» також здійснює стабільну діяльність із покращення власних сервісів, таких як:

- запуск WEB-банкінгу для дистанційного доступу до певних послуг банку у 2012 році;

- надання можливості підприємствам використовувати платіжні картки банку для виплати заробітних плат працівникам у 2013 році;

- розширення мережі відділень банку із зручним новим оформленням багаторазово з 2016 року;

- розширення мережі торгових терміналів для більшої зручності користування картами як платіжним засобом у 2016 році;

- розширення переліку послуг, які можна отримати онлайн (наприклад, можливість замовити перевипуск карти киянина, не виходячи з дому, у 2016 році).

АТ «Ощадбанк» як універсальний банк здійснює все можливе задля забезпечення доступності його послуг для усіх верств населення та підприємств бізнесу. Задля підтримання доступності його послуг АТ «Ощадбанк» здійснює різноманітну кількість заходів, наприклад:

зниження відсоткових ставок для кредитування за енергоефективними кредитами у 2015 році;

видача зарплатних карток нового покоління у 2015 році, що діють на платіжній системі, яка дозволяє не лише знімати готівку, але й здійснювати розрахунки в торговельно-сервісній мережі та мережі «Інтернет», оплата комунальних послуг, інші платежі;

впровадження комплексних заходів задля повноцінної інтеграції людей з інвалідністю у суспільство та забезпечення рівного доступу до банківських послуг, починаючи з 2014 року (відкриття інклюзивних відділень – 20 станом на початок 2019 року, оснащення банкоматів голосовим модулем, проведення навчання для персоналу банків щодо основ спілкування та обслуговування людей з інвалідністю);

відкриття у 2015 році мобільних броньованих відділень банку, які працюють на території Луганської та Донецької областей уздовж лінії зіткнення та надають увесь спектр доступних банківських послуг;

відкриття відділень для жителів непідконтрольних Україні частин Донбасу у 2015 році;

продовження роботи відділень АТ «Ощадбанк» на тимчасово окупованих територіях у 2022 році.

Всі наведені пункти безперечно підтверджують притаманність АТ «Ощадбанк» такої цінності як доступність завдяки прагненню банку забезпечити можливість користування його послугами для всіх категорій осіб на всій території України, зокрема на тимчасово непідконтрольних Україні територіях.

Додатково слід зазначити, що з 2016 року АТ «Ощадбанк» стабільно входить до переліку «ТОП-100 найдорожчих брендів України» від журналу «Новое время» та компанії MPP Consulting. В 2017 році за підсумками попереднього року він вперше посів 88 сходинку, в 2018 – 66, а в 2019 – вже 42. Водночас враховуючи лише категорію представників сектору «фінансові послуги», АТ «Ощадбанк» займає друге місце, поступаючись лише бренду Приватбанк. Вказане додатково свідчить про високу оцінку торговельної марки «ощад» та стабільне зростання вартості цього бренду.

АТ «Ощадбанк» з моменту створення посідав лідируючі позиції в банківській сфері за різноманітними рейтингами українських інтернет- та медіавидань. Дані дослідження здійснювалися за різними показниками: за розміром депозитних вкладів, за фінансовим результатом (отриманим прибутком), розміром капіталу, кредитного портфелю та активів АТ «Ощадбанк» тощо. За версією УКРАЇНСЬКОГО БАНКІВСЬКОГО ПОРТАЛУ (<http://banker.ua/officialrating/>) АТ «Ощадбанк» постійно входив у 10 ТОП-найкращих банків України за різними критеріями та показниками в банківській

сфері. Отже, враховуючи вищенаведене, торговельна марка «ощад» користується високою цінністю, що пов'язана та асоціюється з вказаною торговельною маркою, яка, зокрема, але не виключно, включає в себе притаманність АТ «Ощадбанк» таких характеристик, як надійний, зручний, доступний. Як ирезультат, торговельна марка «ощад» відповідає фактору добре відомого статусу торговельної марки, закріпленого абзацом сьомим пункту 2 статті 25 Закону; підпунктом 6 пункту (b) частини 1 статті 2 Рекомендації, станом на 01.01.2017.

Як зазначалося раніше АТ «Ощадбанк» вже володіє торговельною маркою «ОЩАДБАНК», яка була визнана добре відомою на території України для послуг 36 класу МКТП: «фінансові послуги; кредитно-грошові операції; банківські послуги», станом на 31.03.2008 (надалі – торговельна марка «ОЩАДБАНК»).

АТ «Ощадбанк» вважає, що торговельна марка «ощад» та торговельна марка «ОЩАДБАНК» є схожими позначеннями. Так, відповідно до пункту 4.3.2.4. Правил складання і подання заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг (далі – Правила) позначення вважається схожим настільки, що його можна сплутати з іншим позначенням, якщо воно асоціюється з ним в цілому, незважаючи на окрему різницю елементів. Пункт 11.1.5. Методичних рекомендацій з окремих питань проведення експертизи заявки на знак для товарів і послуг (далі – Методичні рекомендації) встановлює, що розбіжність в окремих елементах позначень не повинна грати визначальної ролі, оскільки варто враховувати, що споживач, як правило, не має можливості порівняти два знаки, а керується загальними, часто нечіткими враженнями про знаки, які він сприймав раніше. Водночас в пам'яті залишаються, як правило, відмітні елементи знака.

Відповідно до пункту 11.1.7. Методичних рекомендацій до складу словесних позначень можуть входити як сильні, так і слабкі елементи. Основне навантаження щодо ступеня розрізняльної здатності в цілому таких позначень припадає на сильні елементи. Сильним елементам словесних позначень притаманний високий ступінь розрізняльної здатності, оскільки вони, як правило, є оригінальними. До слабких елементів відносяться, зокрема, позначення, які розповсюджені у термінології певних галузей і є неохороноздатними позначеннями.

Відповідно до частини 1 статті 15 Закону України «Про банки і банківську діяльність» встановлюється обов'язкове положення про те, що найменування банку містити слово «банк», а також вказівку на організаційно-правову форму банку. Це положення дозволяє зробити висновок, що елемент «банк» у торговельній марці «ОЩАДБАНК» є слабким та неохороноздатним (оскільки є розповсюдженим та загальноживаним терміном у сфері банківської діяльності), а тому торговельна марка «ОЩАДБАНК» та торговельна марка «ощад» є схожими до ступеня змішування, оскільки містять у собі тотожний сильний елемент «ощад». Зазначена обставина слугує додатковим доказом на користь визнання торговельної марки «ощад» добре відомою в Україні для визначеного

переліку послуг 36 класу МКТП «фінансові послуги; кредитно-грошові операції; банківські послуги».

За результатами дослідження матеріалів справи, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що торговельна марка «ощад» є добре відомою широкому колу споживачів відповідного сектору суспільства, має високу розрізняльну здатність відносно заявлених послуг 36 класу МКТП, а добра репутація торговельної марки постійно підтримується її власником.

Колегія Апеляційної палати вважає, що заявником доведені фактори, що впливають на визнання торговельної марки добре відомою. Зазначені фактори підтверджені відповідними доказами і є достатніми для визнання того, що торговельна марка «ощад» стала добре відомою в Україні для послуг 36 класу МКТП: «фінансові послуги; кредитно-грошові операції; банківські послуги», станом на 01.01.2017.

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 Акціонерного товариства «Державний ощадний банк України» про визнання торговельної марки «ощад» добре відомою в Україні задовольнити.
2. Визнати торговельну марку «ощад» добре відомою в Україні відносно Акціонерного товариства «Державний ощадний банк України» для послуг 36 класу МКТП: «фінансові послуги; кредитно-грошові операції; банківські послуги», станом на 01.01.2017.

Рішення Апеляційної палати набирає чинності після складання його повного тексту та затвердження наказом Державної організації «Український національний офіс інтелектуальної власності та інновацій».

Додаток: зображення торговельної марки на 1 арк.

Головуючий колегії
Члени колегії

Ю. В. Громова
В. С. Ваганова
О. С. Осмолівська



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/19-26 від 23.02.2026
КЕП (Підписання проекту):
Громова Ю. В. 23.02.2026 11:24
3FAA9288358EC0030400
00000C3A3B00E5BDE100



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/19-26 від 23.02.2026
КЕП (Підписання проекту):
Осмолівська О. С. 23.02.2026
11:13
3FAA9288358EC0030400
000088BA3900869FD700



44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/19-26 від 23.02.2026
КЕП (Підписання проекту):
Ваганова В. С. 23.02.2026 11:00
3FAA9288358EC0030400
000032563A008730DB00