

ЗАТВЕРДЖЕНО  
Наказ УКРНОІВІ  
16.03.2026 № 60/2026



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 січня 2026 року

Колегія Апеляційної палати УКРНОІВІ, затверджена розпорядженням заступника голови Апеляційної палати Горбик Ю. А. від 09.07.2025 № Р-АП/100-25, у складі головуючого Ткаченко Ю. В. та членів колегії Бурмістрової Н. Г., Макаринської В. О., за участю секретаря засідання Гостевої А. І., розглянула заяву Приватного акціонерного товариства «ФОЗЗІ РІТЕЙЛ» щодо визнання торговельної марки «FOZZY» добре відомою в Україні.

Представники заявника – Лучка І. Ю., Цілко В.П.

Заява Приватного акціонерного товариства «ФОЗЗІ РІТЕЙЛ» (далі – АТ «ФОЗЗІ РІТЕЙЛ») щодо визнання торговельної марки «FOZZY» добре відомою в Україні подана до Апеляційної палати 27.05.2025 на підставі пункту 1 статті 25 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (далі – Закон).

Подавець заяви – АТ «ФОЗЗІ РІТЕЙЛ», просить визнати торговельну марку «FOZZY» добре відомою в Україні для послуг 35 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП): «демонстрування товарів; розміщування в одному місці, на користь іншим особам, асортименту товарів, яке дозволяє покупцям зручно оглядати та купувати ці товари у супермаркетах, гіпермаркетах, універмагах, торгових

центрах; розміщування в мережі інтернет на веб-сторінках і на веб-сайтах, інформації щодо асортименту різноманітних товарів та переліку надаваних послуг, що дозволяє покупцям зручно оглядати, замовляти, купувати ці товари та замовляти послуги з веб-сторінок і веб-сайтів в інтернеті, а також отримувати необхідну інформацію про ці товари та надавані послуги», станом на 31.12.2023.

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

АТ «ФОЗЗІ РІТЕЙЛ» опосередковано, через операційну компанію Товариство з обмеженою відповідальністю «ЕКСПАНСІЯ» (далі – ТОВ «ЕКСПАНСІЯ»), під позначенням «FOZZY» на ринку оптової та роздрібною торгівлі надає широкий спектр послуг, серед яких: оптова та роздрібна торгівля продуктами харчування, алкогольними напоями та тютюновими виробами, товарами побутової хімії, косметичними та гігієнічними засобами, а також товарами власного імпорту, послуги кафе, ресторанів та доставки продуктів додому за допомогою сервісу доставки, постачання товарів для представників сфери громадського харчування та готельного бізнесу.

АТ «ФОЗЗІ РІТЕЙЛ» з 2005 року є активним учасником відповідного ринку та володіє 90,0112 % корпоративних прав Публічного акціонерного товариства «Закритий недиверсифікований венчурний корпоративний інвестиційний фонд «РІТЕЙЛ ІНВЕСТ» (далі – ПАТ «РІТЕЙЛ ІНВЕСТ»), яке, в свою чергу, є єдиним учасником і володіє 100 % статутного капіталу ТОВ «ЕКСПАНСІЯ».

АТ «ФОЗЗІ РІТЕЙЛ» як керуюча компанія групи здійснює стратегічне управління діяльністю ТОВ «ЕКСПАНСІЯ». Таке управління охоплює юридичний, фінансовий та маркетинговий супровід, формування маркетингової політики, бюджетування, страхування та корпоративне фінансування, а також забезпечує проходження аудитів фінансової звітності за міжнародними стандартами. Крім того, подавець заяви консолідовано управляє комерційним розвитком та ІТ-напрямком, а також, через підконтрольні юридичні особи, забезпечує співпрацю з виробниками та постачальниками, що дозволяє підтримувати широкий асортимент товарів у мережі «FOZZY» та конкурентоспроможний рівень цін.

ТОВ «ЕКСПАНСІЯ» має власні складські приміщення та розгалужену логістичну інфраструктуру, яка забезпечує безперебійне та якісне постачання товарів до магазинів мережі «FOZZY».

Мережа гіпермаркетів «FOZZY» – це оптово-роздрібні магазини, що працюють в форматі «cash and carry». У торговельних залах гіпермаркетів «FOZZY» площею від 6 000 до 10 000 м<sup>2</sup> представлено понад 50 000 найменувань товарів продовольчого і непродовольчого призначення.

Мережа гіпермаркетів «FOZZY» розпочала діяльність на українському ринку у 1998 році. Перший гіпермаркет було відкрито в м. Вишневе Київської

області із загальною торговельною площею – 6 385,4 м<sup>2</sup>. Цей гіпермаркет став одним з перших в Україні, де клієнти могли самостійно вибирати товари із широкого асортименту як для роздрібних, так і для оптових закупівель. У гіпермаркетах було впроваджено зручні платіжні інструменти, системи знижок та акційні програми, а також представлено значну частку товарів власного виробництва та власного імпорту, що сприяло формуванню стабільної споживчої популярності мережі.

На сьогоднішній день мережа гіпермаркетів «FOZZY» налічує 10 гіпермаркетів, розташованих у 7 областях України та м. Київ.

На підтвердження доброї відомості торговельної марки «FOZZY» щодо послуг, для яких вона використовується, подавець заяви надав такі документи:

1) виписки з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань щодо АТ «ФОЗЗІ РІТЕЙЛ» та ТОВ «ЕКСПАНСІЯ»;

2) копія Статуту ТОВ «ЕКСПАНСІЯ» та відомості про структуру власності;

3) копії свідоцтв України №№ 218870, 21868, 21869, 26175, 101501, 84812, 96888 про реєстрацію торговельних марок;

4) копії ліцензій на право роздрібної торгівлі алкогольними напоями та тютюновими виробами, отриманих ТОВ «ЕКСПАНСІЯ» для гіпермаркетів «FOZZY», за період 2014-2024 роки;

5) публікації з мережі «Інтернет» та друкованих ЗМІ щодо діяльності групи компаній «FOZZY GROUP» та гіпермаркетів «FOZZY», зокрема з онлайн журналу «AllRetail.ua», опубліковані у період 2015-2025 років;

6) приклади банерної реклами та інформаційних розсилок із використанням позначення «FOZZY» через месенджери;

7) скріншоти сторінок YouTube-каналу fozyshop;

8) видаткові накладні за період 2023-2024 роки з ТОВ «ЮНІВЕСТ ПРОМО ПАРК» та зразки рекламних матеріалів (поліграфічна продукція та POS-матеріали);

9) корпоративні рекламні матеріали;

10) видаткові накладні за період 2021-2022 років з ТОВ Спільне українсько-угорське «ГУЛІВЕР», видаткові накладні за період 2021-2024 роки з ТОВ «КАРБОНДРУКСЕРВІС», накладна за 2021 рік від ТОВ «Палм Мілл Прінт»;

11) звіти Mastercard за 2023-2024 роки;

12) звіти щодо відкриття гіпермаркету у м. Кривий Ріг за період 01.07.2024-31.08.2024;

13) звіт про медіапідтримку гіпермаркетів за січень-березень 2024 року;

14) публікації, роздруківки та інформаційні матеріали з медіаресурсів, рейтингів і премій (зокрема професійних, галузевих, HR, маркетингових та бізнес-відзнак);

- 15) інформаційні матеріали щодо благодійної діяльності та соціальних проєктів;
- 16) аналітичні та статистичні матеріали з цифрових платформ, зокрема інформація з платформ DataForSeo та Google Analytics;
- 17) довідка щодо вебсайту fozzyshop.ua;
- 18) довідка ТОВ «ЕКСПАНСІЯ» щодо кількості користувачів вебсайту fozzyshop.ua за період з 01.01.2021 по 28.02.2025;
- 19) довідка ТОВ «ЕКСПАНСІЯ» щодо кількості гостей, які скористалися послугами мережі гіпермаркетів «FOZZY» на всій території України, за період з 01.01.2021 по 28.02.2025;
- 20) довідка ТОВ «ЕКСПАНСІЯ» щодо кількості онлайн-замовлень через систему «Онлайн-шопінг» (вебсторінка fozzyshop.ua) за період з 01.01.2020 по 31.12.2024;
- 21) довідка ТОВ «ЕКСПАНСІЯ» з інформацією про кількість зареєстрованих користувачів програми лояльності «FOZZY» станом на 20.03.2025;
- 22) приклад сторінки вебсайту fozzyshop.ua;
- 23) довідка ТОВ «ЕКСПАНСІЯ» щодо мобільного застосунку «FOZZY» із зазначенням інформації про кількість його завантаження станом на 20.03.2025;
- 24) інформаційні матеріали дослідження «Використання мережі Інтернет в Україні: тренди», проведеного агенством «Pro-Consulting»;
- 25) результати пошуку в пошуковій системі Google за пошуковим запитом «FOZZY»;
- 26) скриншоти офіційних сторінок заявника у соціальних мережах «Facebook», «Instagram», «YouTube»;
- 27) копії договорів поставки продукції разом із додатковими угодами та видатковими накладними, укладених з такими суб'єктами господарювання: ТОВ «ЕКСОПТ», ТОВ «Сан ІнБев Україна», ТОВ «А.В.К. Київ», ТОВ «БАКАРДІ-МАРТІНІ ЮКРЕЙН», ТОВ «БАЯДЕРА ЛОГІСТИК», ТОВ «ШТРАУС Україна», ПП «АКВА ФУДЗ», ТОВ «НЕСТЛЕ УКРАЇНА», ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», ТОВ «ФОЗЗІ КОМЕРЦ», ПАТ «КАРЛСБЕРГ Україна», ПрАТ «КИЇВСЬКИЙ КАРТОННО-ПАПЕРОВИЙ КОМБІНАТ», ІП «КОКА-КОЛА БЕВЕРІДЖИС УКРАЇНА ЛІМІТЕД», ТОВ «КРАЙТЕКС-СЕРВІС», ТОВ «ЛВН ЛІМІТЕД», ТОВ «МАРС УКРАЇНА», ТОВ «НАПОЇ ПЛЮС», ПАТ «ОБОЛОНЬ», ДПЗП «ПЕРНО РІКАР Україна» ТОВ «САНДОРА», ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» («ТОРГОВА КОМПАНІЯ «МЕГАПОЛІС-УКРАЇНА»), ТОВ «УКРАЇНСЬКА ДИСТРИБУЦІЙНА КОМПАНІЯ», ТОВ «ФОЗЗІ ФУД», ПАТ «ЯКОБЗ Україна» за період 2010-2024 роки;
- 28) копії видаткових накладних ТОВ «ЛАН-УКРАЇНА», ТОВ «НОВІ ПРОДУКТИ УКРАЇНИ»;
- 29) копії контрактів з такими контрагентами: «АЛЕКС-БГ ЕООД» (Болгарія), «АГРО БОРД ЕАД» (Болгарія), «КАПЕЛЛІ ЛТД» (Болгарія),

ТОВ «АГРО УАЙТ КОМПАНІ» (Естонія), «КУБО ФІНАНСІНГ С.Р.Л.» (Румунія), «ДАЙРЕКТ ТРЕЙД ДОО» (Хорватія).

Додатково 06.06.2025 (вх. № 4721-/2025) заявник надіслав наступні матеріали до заяви про визнання торговельної марки «FOZZY» добре відомою в Україні:

- 1) зображення торговельної марки;
- 2) вищеперелічені документи (додатки до заяви) в електронному вигляді на файлового носії.

21.11.2025 (№ Вх-67708/2025) заявник надіслав додаткові матеріали до заяви про визнання торговельної марки «FOZZY» добре відомою в Україні:

- 1) копії статутів АТ «ФОЗЗІ РІТЕЙЛ» та ПАТ «РІТЕЙЛ ІНВЕСТ»;
- 2) інформаційні матеріали щодо логотипу «FOZZY GROUP» (гайдбук) та щодо позначення «FOZZY».

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 «FOZZY» є добре відомою в Україні, а також заслухала пояснення представників подавця заяви.

Відповідно до статті 25 Закону, охорона прав на добре відому торговельну марку здійснюється згідно зі статтею 6<sup>bis</sup> 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 «FOZZY» 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, у якому знак є добре відомим, та з урахуванням широкого асортименту товарів і послуг, що пропонуються в гіпермаркетах «FOZZY», фактичними та потенційними споживачами послуг, що надаються під торговельною маркою «FOZZY», заявник вважає широке коло осіб, що проживають на території України незалежно від їх віку, статі та соціального становища, з різними потребами, вподобаннями та стилем життя.

До зазначеного кола, зокрема, належать: родини, які здійснюють регулярні покупки продуктів харчування, товарів для дому та предметів повсякденного вжитку; працююче населення, зокрема офісні працівники, які користуються пропозиціями готових страв, напоїв та інших товарів швидкого споживання; споживачі із особливими харчовими вподобаннями, зокрема вегетаріанці та вегани; особи, які дотримуються принципів здорового способу життя та зацікавлені у товарах здорового харчування; споживачі, орієнтовані на екологічно відповідальне споживання.

На підтвердження відомості та визнання торговельної марки «FOZZY» у відповідному секторі суспільства заявником надано такі відомості про публічне, професійне та експертне визнання діяльності групи компаній «FOZZY GROUP» та мережі гіпермаркетів «FOZZY».

Ділове видання «The page» визначило «FOZZY GROUP» переможцем рейтингу у номінації «Найкращі роботодавці України 2024».

Мережа гіпермаркетів «FOZZY» посіла третє місце у загальнонаціональному конкурсі Retail Awards 2017 у номінації «Мережа гіпермаркетів України».

За результатами щорічного конкурсу «Премія HR-бренд Україна 2024» «FOZZY GROUP» отримала спеціальну відзнаку «Змінюємо правила гри: новий стандарт лідерства в умовах кризи» від бізнес-школи MIM у номінації «Краща програма з розвитку лідерів».

У 2009 році «FOZZY GROUP» увійшла до короткого списку міжнародної премії World Retail Award, а рекламна кампанія «Ціна тижня» отримала бронзову нагороду премії Effie Awards.

Effie Awards є найпрестижнішою світовою нагородою у сфері маркетингових комунікацій, заснованою в Нью-Йорку (США), яка понад 50 років є глобальним символом професійного визнання ефективності маркетингових проєктів.

У 2010 році власні торговельні марки «FOZZY GROUP» стали переможцями у трьох номінаціях Національної премії «Private Label 2010».

У 2015 році «FOZZY GROUP» стала переможцем у чотирьох номінаціях Національної премії «Private Label 2015», а саме: «Найкращий проєкт Private Label 2015», «Впізнаваність торгової марки», «Внесок у розвиток товарної категорії», «Найкраща команда СТМ 2015 серед продуктових мереж».

У 2018 році в рейтингу «ТОП-200 кращих роботодавців України», складеному офіційним виданням Державної фіскальної служби «Вісник. Рейтинги», до ТОП-20 увійшли три компанії групи «FOZZY GROUP»: мережі «Сільпо», «Фора» та «FOZZY».

У 2021 році «FOZZY GROUP» стала переможцем премії Європейського банку реконструкції та розвитку (Sustainability Awards) у категорії «Найкраща екологічна та соціальна практика».

Визнання серед клієнтів та партнерів заявник також підтверджує участю у соціальних проєктах. Так, торговельна мережа «FOZZY» регулярно організовує благодійні акції на підтримку соціальних і гуманітарних організацій, зокрема заходи зі збору продуктів харчування, товарів першої необхідності та інших матеріальних ресурсів з подальшою передачею їх до благодійних установ. Окрім цього, надає підтримку місцевим культурним, соціальним та громадським заходам, здійснює спонсорську допомогу, а також передає товари для благодійних аукціонів з метою залучення коштів на реалізацію соціальних і гуманітарних ініціатив.

Після початку повномасштабного збройного вторгнення заявник почав випускати та системно розповсюджувати серед європейських партнерів у сфері роздрібної торгівлі електронний журнал «FOZZY DISPATCH». У виданні англійською мовою висвітлювалася поточна ситуація в Україні, зокрема у сфері роздрібної торгівлі, а також соціально-економічні наслідки збройної агресії для економіки та суспільства. Окремою метою реалізації зазначеного проєкту було інформування міжнародної спільноти та організація збору гуманітарної допомоги для громадян України, які постраждали внаслідок збройної агресії.

Заявником надано довідку щодо кількості споживачів (гостей), які скористалися послугами торговельної мережі «FOZZY» в офлайн-форматі на всій території України. Згідно з даними зазначеної довідки, за період з 01.01.2021 по 28.02.2025 кількість таких осіб становила 373 936.

Відомість торговельної марки «FOZZY» також підтверджується її масштабною та сталою присутністю в інформаційному просторі та мережі «Інтернет».

Зокрема, офіційний вебсайт [fozzy.ua](http://fozzy.ua) було створено 12.12.2001, і, згідно з аналітичними даними [DataForSeo.com](http://DataForSeo.com), кількість користувачів за період з 2020

по 2025 роки склала 3 286 966 осіб. Вебсайт з доменним ім'ям fozzyshop.ua було створено 03.08.2017, і, відповідно до даних Google Analytics, кількість користувачів за період з 01.01.2021 по 28.02.2025 склала 9 805 689 осіб. Стабільне щорічне зростання кількості споживачів зазначених вебресурсів свідчить про активне просування, зростання рівня відомості та довіри до торговельної мережі «FOZZY».

У 2020 році заявником розроблено та запущено мобільний застосунок «FOZZY» на платформах AppStore та Playmarket. Станом на дату подання матеріалів зазначений застосунок завантажили 858 000 користувачів.

Крім того, програма лояльності «FOZZY» налічує понад 1 171 118 зареєстрованих користувачів, що підтверджує сталу споживчу впізнаваність та високий рівень довіри до торговельної марки.

У 2020 році на вебсайті мережі гіпермаркетів запроваджено сервіс замовлення товарів через браузер – сервіс «Онлайн шопінг» (вебсторінка fozzyshop.ua). За період з 01.01.2020 по 31.12.2024 за допомогою зазначеного сервісу було оформлено 1 179 691 замовлення.

На підтвердження наведених відомостей подавцем заяви надано відповідні довідки та аналітичні матеріали.

Колегія взяла до уваги надані заявником дані, відповідно до яких, за інформацією, оприлюдненою агентством «Pro-Consulting» (член міжнародної дослідницької асоціації ESOMAR, постійний член Української асоціації маркетингу з 2005 року, кваліфікований консультант програм підтримки малого і середнього бізнесу ЄБРР з 2010 року), станом на 2022 рік кількість користувачів мережі «Інтернет» в Україні становила близько 30 млн осіб.

З огляду на зазначене, вбачається, що за останні сім років вебсайти fozzu.ua та fozzyshop.ua відвідав орієнтовно кожен п'ятий користувач мережі «Інтернет» в Україні, що свідчить про значне охоплення аудиторії та високий рівень впізнаваності торговельної марки «FOZZY».

На підтвердження доброї відомості та обізнаності серед доречного кола споживачів заявником надано результати здійсненого пошуку у пошуковій системі Google за запитом «FOZZY», які склали понад 1 970 000 посилань на інформацію про діяльність заявника під позначенням «FOZZY».

Також заявник має офіційні сторінки у соціальних мережах «Facebook», «Instagram» та «YouTube», які сукупно налічують понад 50 000 підписників. Сторінка «FOZZY GROUP» у «Facebook» була створена у 2011 році та налічує понад 7 800 підписників. Сторінка у «Facebook» мережі гіпермаркетів «FOZZY» створена у 2017 році та налічує понад 41 000 підписників. Сторінка в «Instagram» (fozzyshop.ua) функціонує з 2019 року та налічує понад 6 727 підписників. На YouTube-каналі fozzyshop.ua розміщено понад 400 відеороликів, які загалом набрали більше 5 459 412 переглядів.

Колегія взяла до уваги, що кожна офіційна сторінка у соціальних мережах маркована позначенням «FOZZY»: головні зображення містять логотип «FOZZY» або «FOZZY GROUP», назви акаунтів містять словесний елемент

«fuzzy», який є відтворенням позначення «FOZZY», а також практично в кожній публікації використовується відповідне позначення.

За результатами дослідження документів, наданих заявником на підтвердження відомості торговельної марки «FOZZY», колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що на вказану в заяві дату 31.12.2023 ця торговельна марка мала широку відомість серед споживачів та отримала визнання у відповідному секторі суспільства щодо заявлених послуг 35 класу МКТП.

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

Торговельна марка «FOZZY» безперервно використовується у господарській діяльності у сфері оптової та роздрібної торгівлі продовольчими та непродовольчими товарами широкого вжитку з 1998 року, коли у м. Вишневе було відкрито перший гіпермаркет під цією назвою із загальною торговельною площею 6 385, 4 м<sup>2</sup>.

Подальший розвиток мережі здійснювався шляхом розширення географії присутності. Зокрема, у 2005 році відкрито другий гіпермаркет у місті Проліски Київської області загальною торговельною площею 7 841 м<sup>2</sup>. Того ж року в Одесі відкрився гіпермаркет загальною площею 6 426,6 м<sup>2</sup>. У 2007 році у місті Рівному відкрився гіпермаркет загальною площею 7 864,9 м<sup>2</sup>. У 2009 році розпочав роботу гіпермаркет в Харкові загальною площею 6 687 м<sup>2</sup>. Після 2012 року торговельні об'єкти відкрито у містах: Рівне, Кременчук, Дніпро, Кривий Ріг та Київ.

На підтвердження законної господарської діяльності заявника та ТОВ «ЕКСПАНСІЯ», а також для підтвердження фактичного функціонування гіпермаркетів «FOZZY» за різними адресами на території України, заявником надано: скан-копії ліцензій на право роздрібної торгівлі алкогольними напоями та тютюновими виробами; статутні документи ТОВ «ЕКСПАНСІЯ», що підтверджують здійснення оптово-роздрібної діяльності.

Вказані матеріали стосуються гіпермаркетів «FOZZY», розташованих у містах: Дніпро, Кривий Ріг, Одеса, Харків, Кременчук, Київ, Рівне, Вишневе та Проліски.

Окрім офлайн-використання, має місце системне та тривале використання позначення «FOZZY» в мережі «Інтернет».

Офіційний вебсайт заявника за доменним ім'ям fuzzy.ua функціонує з 13.12.2001 та містить інформацію про одну з найбільших торгово-промислових груп України – групу компаній «FOZZY GROUP», зокрема щодо торговельних мереж групи, власного імпорту, товарів власних торговельних марок, підприємств промислового напрямку, логістичних компаній, компаній з розробки програмного забезпечення, а також ресторанного бізнесу.

Офіційний вебсайт торговельної мережі «FOZZY» за доменним ім'ям fuzzyshop.ua функціонує з 03.08.2017 та безперервно використовується для

інформування споживачів про розташування гіпермаркетів, асортимент товарів, акції, а також для здійснення онлайн-замовлень. З 2020 року під позначенням «FOZZY» функціонує онлайн-магазин з можливістю оформлення замовлень через вебсайт та мобільний застосунок.

Про тривалість та обсяг надання послуг під торговельною маркою «FOZZY» свідчать, зокрема, такі докази, надані заявником:

довідка про кількість споживачів, які користувалися послугами мережі магазинів «FOZZE» на всій території України у період з 2021 по 2025 роки;

довідка про кількість онлайн-замовлень, здійснених через систему «Онлайн шопінг» (вебсторінка [fuzzyshop.ua](http://fuzzyshop.ua)), у період з 2020 року по грудень 2024 року;

довідка про мобільний застосунок «FOZZY» з інформацією про кількість його завантажень у період з 2020 року по травень 2025 року;

копії ліцензій на право роздрібної торгівлі алкогольними напоями та тютюновими виробами за період 2014-2024 роки;

копії договорів поставки продукції разом із додатковими угодами та видатковими накладними, укладених з такими суб'єктами господарювання: ТОВ «ЕКСОПТ», ТОВ «Сан ІнБев Україна», ТОВ «А.В.К. Київ», ТОВ «БАКАРДІ-МАРТІНІ ЮКРЕЙН», ТОВ «БАЯДЕРА ЛОГІСТИК», ТОВ «ШТРАУС Україна», ПП «АКВА ФУДЗ», ТОВ «НЕСТЛЕ УКРАЇНА», ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», ТОВ «ФОЗЗІ КОМЕРЦ», ПАТ «КАРЛСБЕРГ Україна», ПрАТ «КИЇВСЬКИЙ КАРТОННО-ПАПЕРОВИЙ КОМБІНАТ», ПП «КОКА-КОЛА БЕВЕРІДЖИС УКРАЇНА ЛІМІТЕД», ТОВ «КРАЙТЕКС-СЕРВІС», ТОВ «ЛІВН ЛІМІТЕД», ТОВ «МАРС УКРАЇНА», ТОВ «НАПОЇ ПЛЮС», ПАТ «ОБОЛОНЬ», ДПЗП «ПЕРНО РІКАР Україна» ТОВ «САНДОРА», ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» («ТОРГОВА КОМПАНІЯ «МЕГАПОЛІС-УКРАЇНА»), ТОВ «УКРАЇНСЬКА ДИСТРИБУЦІЙНА КОМПАНІЯ», ТОВ «ФОЗЗІ ФУД», ПАТ «ЯКОБЗ Україна», за період 2010-2024 роки.

З огляду на викладені обставини, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що торговельна марка «FOZZY» протягом тривалого періоду активно використовується в Україні.

Колегія Апеляційної палати вважає, що надані подавцем заяви відомості та документи, що їх підтверджують, доводять факт тривалого, безперервного використання торговельної марки «FOZZY» відносно заявлених послуг 35 класу МКТП.

**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**

Колегія Апеляційної палати розглянула документи та інші матеріали, надані заявником, що стосуються рекламування послуг під торговельною маркою «FOZZY» у період з 2015 по 2024 роки.

Активне рекламування торговельної марки «FOZZY», як в контексті опису діяльності мережі гіпермаркетів, так в і контексті діяльності торгово-промислової групи «FOZZY GROUP», у період з 2015 по 2024 роки здійснювалося через мережу «Інтернет», зокрема шляхом розміщення інформаційних та рекламних матеріалів на численних вебсайтах, серед яких: retailers.ua, gau.ua, psm7.com, bzh.life, vlasnasprava.ua, www.the-village.com.ua, nachasi.com, www.epravda.com.ua, ubr.ua, vechirniy.kyiv.ua, pershyj.com, nv.ua/ukr, interfax.com.ua, mmmr.ua, ukrinform.ua, esmmagazine.com, shotam.info, posteat.ua, hmarochos.kiev.ua, slukh.media, <https://ain.ua>, glavcom.ua, forbes.ua, telegraf.design, vctr.media, platfor.ma, а також на інших інформаційних ресурсах.

На зазначених вебсайтах було опубліковано значну кількість статей щодо діяльності групи компаній «FOZZY GROUP» та мережі гіпермаркетів «FOZZY», зокрема про їх досягнення, проведені рекламні компанії, заходи, напрями розвитку, стратегічні плати та цілі. Вищезазначене підтверджується копіями відповідних статей.

Зокрема, в інтернет-журналі «AllRetail.ua» опубліковані такі матеріали про мережу гіпермаркетів «FOZZY»:

«Топ-15 найприбутковіших торгових мереж України за версією Forbes» від 06.10.2020; «Fozzy Group» підвищують продуктивність складів на 20% за допомогою Zebra technologies» від 05.11.2020;

«Fozzy Group» відкрили розподільчий центр у Львові» від 10.03.2021; «На час локдауну мережа гіпермаркетів «FOZZY» доставить замовлення безкоштовно з власного інтернет-гіпермаркету fozzyshop.ua» від 11.01.2021;

«АТБ» і «Fozzy Group» контролюють більше половини всіх продажів овочів та фруктів у мережевому роздробі України» від 05.01.2022;

«Fozzy Group – в рейтингу найкращих роботодавців за версією Forbes» від 17.01.2022;

«Fozzy Group» закликає міжнародну спільноту надати українцям гуманітарну допомогу» від 08.03.2022;

«Fozzy Group» удосконалює роботу з допомогою хмарних технологій SAP» від 29.02.2024;

«Перший гіпермаркет «FOZZY» відкрився в Кривому Розі» від 06.08.2024;

«Перше лідерське стажування у «Fozzy Group»» від 23.06.202;

«У «Fozzy Group» почали клієнтське тестування штучного інтелекту Kissa AI» від 06.08.2021;

«Топ-5 роздрібних мереж за темпами відкриття магазинів в 2021 році» від 15.09.2021;

«Fozzy Group» звершила трансформацію процесу закупівель» від 01.10.2021;

«Рейтинг найбільших приватних компаній України: АТБ-маркет – 2й, Fozzy Group – на 5му місці» від 13.10.2021;

«Fozzy Group» першою в Україні запустила повністю роботизовану складську зону із роботами типу AVG» від 21.10.2021;

«Робота торгових мереж «Fozzy Group» в умовах воєнного стану» від 28.02.2022;

«Росіяни знищили супермаркет «Fozzy Group» в Одесі» від 15.08.2023; «FOZZY» відновлює доставку в Одесі після ракетної атаки та тотальних руйнувань» від 13.09.2023.

Разом з цим заявником здійснюється системне та багатоаспектне розповсюдження рекламних матеріалів, що містять позначення «FOZZY», із використанням як цифрових технологій, так і друкованих носіїв.

Значна частина візуальних рекламних матеріалів розміщується в мережі «Інтернет» шляхом розміщення банерної реклами та надсилання інформаційних повідомлень із використанням позначення «FOZZY» через месенджери.

У 2020 році заявником було створено офіційний YouTube-канал *fozzyshop*, на якому на постійній основі розміщуються відеоматеріали з візуальною інформацією про товари та послуги, що надаються із використанням позначення «FOZZY».

Зазначене підтверджується скріншотами офіційних сторінок заявника у соціальних мережах та месенджерах.

ТОВ «ЕКСПАНСІЯ», як операційна компанія, яка здійснює діяльність через мережу гіпермаркетів «FOZZY», має укладені договори щодо друку та постачання поліграфічної продукції та POS-матеріалів (*\*POS (point of sale) materials – це матеріали, що сприяють просуванню бренду або товару на місцях продажів*).

Зазначене підтверджується видатковими накладними та рахунками, сформованими на виконання Договору № ЮПП-21/73681 від 01.03.2019, укладеного з ТОВ «ЮНІВЕСТ ПРОМО ПАРК», зокрема: видатковими накладними за період 2023-2024 роки, відповідно до яких було поставлено значну кількість табличок, наліпок, плакатів, банерів, стоперів, воблерів, підцінників, ярликів, табличок та інших POS-матеріалів, а також макетами матеріалів, які виготовлялися та розповсюджувалися у зазначений спосіб.

Також має місце розповсюдження корпоративних матеріалів із позначенням «FOZZY GROUP», що містить саме той впізнаваний елемент «FOZZY», який виступає основною ідентифікаційною складовою відповідного позначення групи компаній «FOZZY GROUP».

Торговельна марка «FOZZY» як ключовий елемент позначенням «FOZZY GROUP» використовується, зокрема, на таких матеріалах: подарункові набори для нових працівників компаній групи (сумки, ручки, блокноти, іграшки, чашки, пледи, рушники, брелоки, кейси, ланч-бокси, плакати із правилами внутрішньої корпоративної культури); брендovanі зарплатні карти; маркування на кабінах та кузовах службових вантажних транспортних засобі; логістичні та рекрутингові матеріали (плакати, банери з пошуку персоналу); корпоративні подарунки для працівників та партнерів, на які нанесено позначення; маркування на етикетках алкогольної продукції власного імпорту з нанесенням відповідного позначення.

Поряд із цим, мережа гіпермаркетів «FOZZY» використовує сувенірну та промоційну продукцію із позначенням торговельної марки «FOZZY». На підтвердження зазначеного надано копії договорів, укладених ТОВ «ЕКСПАНСІЯ» з відповідними постачальниками, а також видаткові накладні, зокрема: ТОВ «КАРБОНДРУКСЕРВІС» – видаткові накладні за період 2021-2024 роки щодо виготовлення календарів та брошур; Спільне українсько-угорське ТОВ «ГУЛІВЕР» – видаткові накладні за період 2021-2022 роки щодо виготовлення та постачання брендovаних м'яких набивних іграшок; ТОВ «ПАЛМ МІЛЛ ПРІНТ» – накладна за 2021 рік щодо друку каталогів.

За період з 2023 по 2024 роки заявником було здійснено різні рекламні активності у містах: Київ, Одеса, Дніпро, Харків, Рівне та Кременчук, в рамках спільної акції із Mastercard, із використанням різних видів зовнішньої реклами, зокрема на білбордах, екранах в метро, вуличних екранах. На підтвердження зазначеного заявником надано звіт Mastercard.

У зв'язку із відкриттям гіпермаркету мережі у м. Кривий Ріг було проведено рекламні дії через різні канали комунікації, зокрема: інтернет-рекламу, локальні телеграм-канали, білборди, радіо, телебачення, OTT-сервіси, рекламу у ліфтах, інформаційні банери на вебсайті та у мобільному застосунку.

Крім того, протягом 2024 року заявник здійснював просування позначення «FOZZY» за допомогою різних каналів комунікації, що підтверджується звітом медіапідтримки гіпермаркетів.

За результатами дослідження наданих документів, колегія Апеляційної палати зазначає, що представлені відомості свідчать про активне та тривале просування торговельної марки «FOZZY» на всій території України.

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

АТ «ФОЗЗИ-РІТЕЙЛ» є власником торговельних марок, які містять у своєму складі позначення «FOZZY», виконане як в латиниці так і кирилиці:

**ФОЗЗИ**

– за свідоцтвом № 21870 від 15.11.2001 щодо товарів 29, 30 та 32 класів МКТП;

**FOZZY**

– за свідоцтвом № 21868 від 15.11.2001 для товарів 05, 33 та 34 класів МКТП;

**ФОЗЗИ**

– за свідоцтвом № 21869 від 31.05.2000 для товарів 16 та послуг 35, 42 класів МКТП;



– за свідоцтвом № 26175 від 15.07.2002 щодо послуг 35, 39, 42 класів МКТП;

**ФОЗЗИ РИТЕЙЛ**

– за свідоцтвом № 101501 від 12.01.2009 щодо товарів 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34 та послуг 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45 класів МКТП;



– за свідоцтвом № 84812 від 26.11.2007 щодо товарів 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34 та послуг 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45 класів МКТП;



– за свідоцтвом № 96888 від 25.09.2008 щодо товарів 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34 та послуг 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45 класів МКТП.

Заявник є безпосереднім власником зазначених торговельних марок з 2024 року, а до цього часу володів відповідними правами опосередковано через ПАТ «РИТЕЙЛ ІНВЕСТ» з 2011 року.

З урахуванням наведених доказів колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що подавець заяви здійснює всі необхідні заходи, пов'язані із забезпечення правової охорони і захистом прав на торговельну марку «FOZZY» в Україні.

### **5. Цінність, що асоціюється з торговельною маркою**

Цінність, що асоціюється з торговельною маркою «FOZZY», заявник пов'язує з високою діловою репутацією, стабільно високою якістю надаваних послуг, активною маркетинговою та рекламною діяльністю, а також реалізацією благодійних і соціальних проєктів, що здійснюються під цією торговельною маркою.

Як убачається з поданих матеріалів, під позначенням «FOZZY» протягом багатьох років надаються послуги оптової та роздрібної торгівлі товарами повсякденного попиту, реалізується широкий асортимент продуктів харчування, товарів власного виробництва та продукції під власними торговельними марками, впроваджуються сучасні формати обслуговування та цифрові сервіси.

Заявник здійснює системну маркетингову та рекламну діяльність, підтримує активну комунікацію зі споживачами через офіційний вебсайт, мобільний застосунок, соціальні мережі, галузеві та ділові медіа, а також реалізує численні благодійні та соціальні проекти, зокрема в сфері підтримки медичних закладів, людей похилого віку та військовослужбовців.

Такі ініціативи, будучи безпосередньо асоційованими з торговельною маркою «FOZZY», сприяють підвищенню рівня довіри споживачів, формуванню стійкого емоційного зв'язку з брендом та зростанню його нематеріальної, суспільної й репутаційної цінності.

За результатами аналізу, дослідження та оцінки матеріалів справи, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що надані заявником матеріали свідчать про тривале, масове та публічне використання торговельної марки «FOZZY», її високу впізнаваність серед відповідного кола споживачів, активне рекламне просування, багатоканальну присутність у соціальних, економічних та інформаційних сферах, а також про її значну ринкову та суспільну цінність.

Колегія Апеляційної палати вважає, що заявником повністю доведені належними та достатніми доказами фактори, що можуть впливати на визнання торговельної марки «FOZZY» добре відомою в Україні.

З урахуванням викладеного, колегія Апеляційної палати встановила, що торговельна марка «FOZZY» є добре відомою в Україні станом на 31.12.2023 для послуг 35 класу МКТП: «демонстрування товарів; розміщування в одному місці, на користь іншим особам, асортименту товарів, яке дозволяє покупцям зручно оглядати та купувати ці товари у супермаркетах, гіпермаркетах, універмагах, торгових центрах; розміщування в мережі інтернет на веб-сторінках і на веб-сайтах, інформації щодо асортименту різноманітних товарів та переліку надаваних послуг, що дозволяє покупцям зручно оглядати, замовляти, купувати ці товари та замовляти послуги з веб-сторінок і веб-сайтів в інтернеті, а також отримувати необхідну інформацію про ці товари та надавані послуги».

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 «ФОЗЗІ РІТЕЙЛ» щодо визнання торговельної марки «FOZZY» добре відомою в Україні задовольнити.
2. Визнати торговельну марку «FOZZY» добре відомою в Україні для послуг 35 класу МКТП: «демонстрування товарів; розміщування в одному місці, на користь іншим особам, асортименту товарів, яке дозволяє покупцям зручно оглядати та купувати ці товари у супермаркетах, гіпермаркетах,

універмагах, торгових центрах; розміщування в мережі інтернет на веб-сторінках і на веб-сайтах, інформації щодо асортименту різноманітних товарів та переліку надаваних послуг, що дозволяє покупцям зручно оглядати, замовляти, купувати ці товари та замовляти послуги з веб-сторінок і веб-сайтів в інтернеті, а також отримувати необхідну інформацію про ці товари та надавані послуги», станом на 31.12.2023.

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

Додаток: зображення торговельної марки на 1 арк.

Головуючий колегії  
Члени колегії

Ю. В. Ткаченко  
Н. Г. Бурмістрова  
В. О. Макаринська



44673629 - УКРНОІВІ  
№Ріш-АП/28-26 від 13.03.2026  
КЕП (Підписання проєкту):  
Ткаченко Ю. В. 13.03.2026 12:25  
04AF212836405D990400  
0000594C3D004EA0ED00



44673629 - УКРНОІВІ  
№Ріш-АП/28-26 від 13.03.2026  
КЕП (Підписання проєкту):  
Макаринська В. О. 13.03.2026  
12:10  
3FAA9288358EC0030400  
0000050A3A00634AD900



44673629 - УКРНОІВІ  
№Ріш-АП/28-26 від 13.03.2026  
КЕП (Підписання проєкту):  
Бурмістрова Н. Г. 13.03.2026  
10:25  
04AF212836405D990400  
0000E0753D00EFB0EE00