

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ УКРНОІВІ
05.03.2026 № 51/2026



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

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

Р І Ш Е Н Н Я

15 липня 2025 року

Колегія Апеляційної палати Національного органу інтелектуальної власності, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Білоцьким В. В. від 18.03.2025 № Р-АП/33-25, у складі головуєчого Павлова Д.О. та членів колегії Ткачук Т. В., Костенко І. А., за участю секретаря засідання Костенко І. А., розглянула заяву Товариства з обмеженою відповідальністю «Карпатські мінеральні води» стосовно визнання торговельної марки

**КАРПАТСЬКА
«ДЖЕРЕЛЬНА»** (далі – «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА») добре відомою в Україні.

Представники заявника – патентні повірені Лісна Т. Л., Черепов Л. В.

Заява Товариства з обмеженою відповідальністю «Карпатські мінеральні води» (далі – ТОВ «Карпатські мінеральні води», заявник) про визнання торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» добре відомою в Україні подана до Апеляційної палати 22.12.2022 № Вх-212/2022 на підставі пункту 1 статті 25 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (далі – Закон).

Заявник просить визнати торговельну марку «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» добре відомою в Україні для товарів 32 класу МКТП: «мінеральні та газовані води; вода мінеральна природна столова», станом на 01 січня 2015 року.

З метою об'єктивного розгляду справи та винесення законного й обґрунтованого рішення, а також у зв'язку з неможливістю надання документів, що підтверджують заявлену вимогу станом на 01 січня 2015 року, заявник у своїх додаткових поясненнях від 30.05.2025 № 4465-/2025 до заяви про визнання торговельної марки добре відомою в Україні змінив дату, на яку просить визнати торговельну марку добре відомою на 01 січня 2018 року.

Позиція заявника щодо доброї відомості торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» ґрунтується на наступних відомостях.

ТОВ «Карпатські мінеральні води» було зареєстровано 23.11.2001, що підтверджується витягом з ЕДРПО.

Виробництво та реалізація продукції, зокрема мінеральної природної столової води «Карпатська джерельна», почалися задовго до створення ТОВ «Карпатські мінеральні води», а саме у 1996 році.

Так, початком виробництва мінеральної води «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» є 20.08.1996, а саме дата відкриття першого цеху розливу мінеральної води Струтинським державним спиртзаводом.

Першою продукцією була мінеральна природна столова вода «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА», яка за оцінкою європейських спеціалістів здобула найвищі бали на конкурсах, в опитуваннях та заходах.

17.10.1996 наказом Держстандарту України № 428 було затверджено ДСТУ 878:93, на підставі якого воду мінеральну природну столову гідрокарбонатну кальцієву «Карпатська джерельна» було внесено до позиції «Води мінеральні фасовані. Технічні умови» групи мінеральних вод «Гідрокарбонатні кальцієві».

03 червня 2002 року між ТОВ «Карпатські мінеральні води» та РВ ФДМУ по Львівській області було укладено договір оренди державного майна цілісного майнового комплексу структурного підрозділу – цеху по розливу мінеральної та солодкої води Струтинського державного спиртового заводу № 3/2002. Цех безалкогольних напоїв Струтинського державного спиртзаводу було реорганізовано у завод з виробництва мінеральної води та безалкогольних напоїв «Карпатські мінеральні води».

12 грудня 2007 року було створено Товариство з обмеженою відповідальністю «Торговий дім «Карпатські мінеральні води».

Кінцевим бенефіціарним власником ТОВ «Торговий дім «Карпатські мінеральні води» та ТОВ «Карпатські мінеральні води» є громадянин України Устенко Сергій Петрович.

Вказані товариства разом створили групу компаній з загальним статутним капіталом 263 438 357 грн.

15 грудня 2005 року заявником одержано свідоцтво № 56667 на торговельну марку **Карпатська Джерельна** для товарів 32 класу МКТП.

15 серпня 2008 року ТОВ «Карпатські мінеральні води» придбало у РВФДМУ по Львівській області цілісний майновий комплекс структурного підрозділу – цеху по розливу мінеральної та солодкої води Струтинського державного спиртового заводу, на підставі договору купівлі-продажу № 31/08, остаточно визначившись з напрямом своєї діяльності та метою забезпечення споживачів високоякісними безалкогольними напоями та мінеральною водою, яку успішно втілює в життя сьогодні.

02.01.2013 року з метою експансії ринку мінеральної води ТОВ «Карпатські мінеральні води» та ТОВ «Торговий дім «Карпатські мінеральні води» уклали ліцензійний договір стосовно торгівельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА».

Група компаній «Карпатські мінеральні води» є потужним гравцем на українському ринку природних мінеральних вод і безалкогольних напоїв. Група компаній посіла і надійно утримує одну з провідних позицій завдяки сучасній і високотехнологічній стратегії ведення бізнесу.

Природна мінеральна вода «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» походить з підземного водоносного Південно-Струтинського родовища, видобувається зі свердловини глибиною 90 метрів і охороняється від всіх видів забруднення шляхом встановлення зон санітарної охорони. Місцезнаходження свердловини віддалене від місць потенційно забруднюючої діяльності. Геологічна будова місцевості сприяє природній фільтрації. Вода видобувається з глибоких водоносних горизонтів, природно ізольованих від зовнішніх впливів, завдяки чому вода не контактує з поверхневими домішками. Вона має стабільний мінеральний склад, м'яка на смак і безпечна навіть для дітей. Виробництво знаходиться безпосередньо біля джерела, і вода зі свердловин надходить на лінії розливу по трубопроводу. В процесі розливу вода проходить фільтрацію тільки від механічних домішок і зберігає всі корисні природні мікроелементи. Хімічний склад підземних вод належить до гідрокарбонатно-кальцієвого із мінералізацією 0,3-0,8 г/літр.

На підприємстві встановлені сучасні лінії розливу, що дають змогу розливати воду в пляшки, не змінюючи її унікального складу – вся продукція виробляється на повністю автоматизованому якісному обладнанні: KHS AG (Німеччина), SIDEL (Франція), BC di Vittorio Macri (Італія), AVE (Італія), ENPAS (Туреччина), Kosme (Австрія).

Одним із основоположних принципів групи компаній «Карпатські мінеральні води» є всебічний контроль якості продукції на всіх етапах виробництва. Можливість створювати продукцію світового рівня підтверджує впроваджена та сертифікована на підприємстві система управління безпечністю харчових продуктів відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO 22000.

ТОВ «Карпатські мінеральні води» – це потужне підприємство з сучасним обладнанням та системами контролю якості, що відповідають вимогам міжнародних стандартів.

Продукція під торговельною маркою «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» позиціонується, як продукт масового сегмента з перспективою переходу до мідл-сегмента.

До переваг продукції під торговельною маркою «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» можна віднести її високу якість, вдалу назву, зручну пляшку, оптимальне співвідношення ціна-якість. Все це забезпечило стабільний попит споживачів на мінеральну воду під торговельною маркою «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА».

Інформація про заявника розміщена на його офіційній вебсторінці (<https://kmw.com.ua/company/>), яку за період з вересня 2016 року по червень 2022 року відвідало та ознайомилося з інформацією щодо торговельної марки «Карпатська джерельна» 575 277 користувачів.

Витрати заявника на маркетинг та рекламу, розвиток торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА», витрати на дизайн, виробництво рекламних відеороликів та розміщення їх на ТВ, публікації в друкованих виданнях тощо за період з 2008 по 2022 роки склали досить значні обсяги, що підтверджується відповідною довідкою¹.

Поширенню впізнаваності торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» сприяє і реалізація мінеральної води «Карпатська джерельна» через мережі дистриб'юторів.

Договори з продажу мінеральної води «Карпатська джерельна» укладені з багатьма національними торговельними мережами, а саме: ТОВ «АТБ-Маркет», ТОВ «Ашан Україна Гіпермаркет», ТОВ «Альянс Маркет», ТОВ «ЕКО», ТОВ «Торговельно-будівельний дім «Олді»», ТОВ «Епіцентр» тощо, які за сумарною кількістю торговельних точок нараховують більше ніж 2 680 супермаркетів, що забезпечує масову та стрімку впізнаваність торговельної марки заявника.

За інформацією Державної служби статистики України у 2021 році торговельна марка «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» займала друге місце у ТОП-3 торговельних марок на ринку води з часткою ринку 5,7 %.

За останні десять років торговельна марка «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» зарекомендувала себе на найвищому рівні та займає третє місце у рейтингу Нільсена за обсягами продажів.

У вересні 2022 року компанією 4SERVICE UA OPERATIONS LLC було проведено дослідження та виявлено, що торговельну марку «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» знають 95 % аудиторії, причому переважна більшість респондентів знають її з 2004 року.

Заявнику належить доменне ім'я kmw.com.ua, яке було зареєстровано у червні 2010 року.

За період з вересня 2016 року по червень 2022 року 575 277 користувачів відвідало інтернет-сайт kmw.com.ua та ознайомилось з інформацією про бренд «Карпатська джерельна».

¹ Розмір витрат на рекламу та маркетинг не оприлюднюється, оскільки ці відомості визначено заявником конфіденційною інформацією.

З метою популяризації торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» заявник з 2004 року здійснював спонсорську підтримку, постійно брав участь у різноманітних конкурсах, змаганнях та інших заходах, а також був нагороджений дипломами та подяками, що підтверджується, зокрема:

- 1) Дипломом фіналіста всеукраїнського конкурсу якості продуктів «100 кращих товарів України 2003»;
- 2) пам'ятним знаком «Лідер харчової та переробної промисловості Україна 2004»;
- 3) Подякою за підтримку Турніру Міжнародної асоціації ветеранів підрозділу антитерору «АЛЬФА» з пляжного волейболу 25 серпня 2012 року;
- 4) Подякою організаційного комітету Освітньої конференції UniversITy 2013 за допомогу в організації конференції та вагомий внесок в розвиток української IT-сфери 18-19 травня 2013 року;
- 5) Подякою Медіа Корпорації RIA за партнерство в акції «Народний бренд 2014»;
- 6) Подякою за підтримку клубу спортивно-бального танцю «Star Danse»;
- 7) Подякою ГО «Платформа Корисних Людей» Команди творців Франківського Півмарафону за 2022 рік;
- 8) Подякою Медіа Корпорації RIA за партнерство в акції «Народний бренд 2015»;
- 9) Подякою Медіа Корпорації RIA за партнерство в акції «Народний бренд 2016»;
- 10) Подякою за підтримку та допомогу в організації 7-го конкурсу «МИСТЕЦЬКИЙ ФЕСТИВАЛЬ «І»;
- 11) Подякою організаційного комітету Фестивалю українського духу «БАНДЕРШТАТ 2016»;
- 12) Подякою організаційного комітету Фестивалю українського духу «БАНДЕРШТАТ 2018»;
- 13) кубком за 1-е місце в конкурсі «Краща торгова команда 2018»;
- 14) Подякою за підтримку у проведенні «Дня відкритих дверей» 09 лютого 2019 року у Львівському національному університеті Івана Франка;
- 15) Подякою організаційного комітету Фестивалю українського духу «БАНДЕРШТАТ 2019»;
- 16) золотою медаллю XXII Міжнародного конкурсу пива, безалкогольних, слабоалкогольних напоїв, мінеральних та питних вод, солоду пивоварного 2019 року;
- 17) золотою медаллю XXIII Міжнародного конкурсу пива, безалкогольних, слабоалкогольних напоїв, мінеральних та питних вод, солоду пивоварного 2020 року.

Заявник є переможцем премії для рекламодавців Pluses Partners Awards 2021 в номінації Креативність року.

Мінеральна вода «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» отримала право розміщувати на пляшках відмітку «Добрий знак» від 01 січня 2015 року за результатами участі у незалежному проєкті «Добрий Знак» (заснованому

телеканалом СТБ у 2014 році) та перевірки якості та безпечності за стандартами ЄС.

09.12.2016 оргкомітет найбільшого конкурсу в галузі маркетингових комунікацій Effie Awards Ukraine 2016 в 11-й раз назвав переможців, серед яких була зазначена торговельна марка «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА», яка за два роки перетворилась з торговельної марки маленького локального виробника на загальнонаціональний улюблений бренд та отримала Топ-нагороду бренду мінеральної води «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» та агенції BBDO Ukraine за «сексапільного діда», яка вручається успішним рекламним кампаніям на українському ринку.

Як докази та на підтвердження своїх доводів про добру відомість в Україні торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА», разом із заявою та в доповненнях до неї (від 22.12.2022 вх. № 212/2022, від 16.09.2024 вх. № 6271/24, від 08.08.2024 вх. № 08-5424/24, від 22.05.2025 вх. № 4176-/2025, від 30.05.2025 вх. № 4465-/2025), заявником надано такі документи (у копіях):

- рекламні проспекти;
- виписки з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань щодо фізичних осіб;
- витяги з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань щодо фізичних осіб;
- витяги зі Статуту;
- схематичне зображення структури власності;
- ліцензійний договір;
- спеціальний дозвіл на користування надрами;
- сертифікати на систему управління безпечністю харчових продуктів;
- витяги ДСТУ «Води мінеральні фасовані»;
- історична довідка;
- довідка про обсяг продажу продуктів;
- довідка про середню кількість споживачів;
- довідка про експорт товарів;
- довідка про витрати на маркетинг та рекламу;
- довідка про інвестиції у розвиток продуктів;
- реєстр діючих договорів з дистриб'юторами;
- реєстр діючих договорів з національними мережами (поставка);
- реєстр діючих договорів з національними мережами (маркетингові послуги);
- реєстр договорів з маркетинговими та рекламними компаніями;
- звіт LIMITED LIABILITY COMPANY 4SERVICE UA OPERATIONS про результати опитування стосовно доброї відомості торговельної марки;
- аналіз ринку мінеральної води;
- оборотно-сальдові відомості за 2015-2021 роки;
- відомості про придбання продукції за 2017-2019 роки;
- звітний баланс видобутку та використання підземних вод за 2015-2019 роки;
- акти звірки за 2015-2019 роки;
- звіти про фінансові результати КМВ за 2016-2019 роки;

довідка про обсяг виробництва та реалізації продуктів за 2005-2019 роки;
 Диплом фіналіста всеукраїнського конкурсу якості продуктів «100 кращих товарів України 2003»;

Подяка за підтримку турніру міжнародної асоціації ветеранів підрозділу антитерору «Альфа» з пляжного волейболу 25.08.20212;

Подяка організаційного комітету освітньої конференції University 2013 за допомогу в організації конференції та вагомий внесок в розвиток української IT-сфери 18-19 травня 2013 року;

Подяка за допомогу в організації турніру з мініфутболу на кубок «Альфи» за 2014 рік;

Подяка Медіа Корпорації РІА за партнерство в акції «Народний бренд 2014»;

Подяка Медіа Корпорації РІА за партнерство в акції «Народний бренд 2015»;

Подяка ГО «Платформа корисних людей» команди творців франківського півмарафону за 2015 рік;

Подяка за партнерство в громадській кампанії за здоровий спосіб життя «Рухаємо Тернопіль»;

Подяка Канівської міської ради;

Подяка організаційного комітету фестивалю українського духу «Бандерштат 2016»;

відмітка про проходження перевірки «Добрий знак»;

ліцензія про право користування торговельною маркою «Добрий знак» за 2017 рік;

Подяка організаційного комітету фестивалю українського духу «Бандерштат 2018»;

Подяка за підтримку та допомогу в організації 7-го конкурсу «Мистецький фестиваль «Ї»;

Подяка організаційного комітету фестивалю українського духу «Бандерштат 2019»;

Подяка за підтримку у проведенні «Дня відкритих дверей» 9 лютого 2019 року у Львівському національному університеті Івана Франка;

Подяка за співпрацю з напівмарафоном «Нова Пошта»;

відзнака Effe Awards Ukraine 2016;

Почесний диплом про золоту медаль;

Подяка бренду від Спартан пирогів;

відзнака Pluses Partners Awards 2020;

відзнака переможцю премії для рекламодавців Pluses Partners Awards 2021 в номінації «Креативність року»;

Почесний диплом золотої медалі XXIII Міжнародного конкурсу пива, безалкогольних, слабоалкогольних напоїв, мінеральних та питних вод, солоду пивоварного 2020 року;

Грамота за досягнення цілей з продажу та дистрибуції брендів;

підтвердження спонсорства літнього чемпіонату з футзалу на траві;

календарі з рекламою торговельної марки;
 скриншоти реклами на електронних ресурсах та соціальних мережах;
 продукція з рекламою торговельної марки;
 фото мінеральної води;
 фото мінеральної води в пляшках, розміщеної в торговельних мережах;
 фотозвіти про розміщення рекламної продукції;
 рекламні буклети;
 фото брендкованої продукції;
 фото зовнішньої реклами;
 фото реклами торговельної марки;
 фото брендуння транспортних засобів;
 фото сітілайтів, розміщених в метро;
 фото стоперів в торговельних точках;
 ефірні довідки;

Звіт про оцінку виключних майнових прав на торговельну марку «Карпатська джерельна»;

листи від установ, товариств, організацій та підприємств на підтримку доброї відомості торговельної марки «Карпатська джерельна»;

брошура про місію компанії, стандарти якості та технології виробництва;

брошура про виробництво, продукцію, стандарти присутності та обладнання;

реklamні плакати;

реklamні матеріали;

копії свідоцтв України на торговельні марки №№ 56667, 329299, 329294, 335071;

компакт-диски з записом рекламних відеороликів.

Колегія Апеляційної палати всебічно та повно дослідила документи, надані заявником як докази на підтвердження факторів, що впливають на визнання торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» добре відомою в Україні станом на 01 січня 2018 року, заслухала пояснення представників заявника та зазначає таке.

Відповідно до статті 25 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (далі – Закон), охорона прав на добре відому торговельну марку здійснюється згідно зі статтею 6bis 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 «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» 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 торговельна марка є добре відомою, фактичними та потенційними споживачами є клієнти магазинів, кафе, барів, ресторанів, де пропонуються до продажу напої, продукти харчування, у віці від 10 до 90 років.

На підтвердження відомості торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» заявником надано опитування та тестування концепцій та дизайнів, проведене у лютому 2012 року Українським центром вивчення громадської думки «СОЦІОІНФОРМ». Згідно з опитуванням, торговельна марка «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» посіла друге місце після таких торговельних марок, як «Моршинська», «Бонаква», «Миргородська» та «Природне джерело».

За результатами даного опитування торговельна марка «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» відома 674,998 % респондентів, при цьому 699,773 % з них знають, що вказана торговельна марка використовується відносно мінеральної та питної води.

Відповідно до Звіту про оцінку виключних майнових прав на торговельну марку «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА», підготовленого суб'єктом оціночної діяльності ТОВ «Фінпрайс» від 12.09.2022, встановлено постійне зростання обсягів продажу з 2007 року та різке збільшення продажів мінеральної води у період з 2015 по 2021 роки².

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

На підтвердження доводів про високий ступінь відомості торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» серед доречного кола споживачів, заявником надано результати соціологічного дослідження від 29.08.2024, проведеного Товариством з обмеженою відповідальністю «ФОРСЕРВІС ЮА ОПЕРЕЙШНЗ».

Дослідження проводилось методом особистого опитування споживачів біля магазинів одягу (500 респондентів) та телефонного опитування (1 200 респондентів) у шести містах України: Київ, Дніпро, Харків, Львів, Ужгород, Івано-Франківськ. Загальна кількість опитаних становила 1 700 респондентів.

Результати проведеного опитування свідчать про високий рівень обізнаності споживачів щодо товарів під торговельною маркою «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА».

Торговельну марку «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» знають 95 % респондентів, причому переважна більшість із них – у Києві та Львові. Зокрема, 18 % опитаних знають торговельну марку з 2004 року (суттєво вищий цей показник у Львові – 49 %), 29 % зазначили, що знають торговельну марку з 2014 року (значно більше у Києві – 49 %), а з 2018 року торговельна марка відома 42 % респондентів (переважно у Дніпрі – 58 %, та Кривому Розі – 57 %).

Частіше за інших, торговельну марку спонтанно згадують молоді люди віком від 18 до 30 років, а також респонденти, які проживають у Львові, Кривому Розі, Одесі, Дніпрі та інших населених пунктах країни.

На запитання щодо того, для яких товарів застосовується торговельна марка «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА», 83 % респондентів вказали мінеральну воду.

На думку респондентів, юридичною особою/власником торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» є ТОВ «Карпатські мінеральні води» (29 %), а 18 % називають групу компаній «Карпатські мінеральні води».

Більшість респондентів (63 %) дізналася про торговельну марку «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» у гіпер- та супермаркетах, магазинах, закладах харчування, зазначивши, що саме це є основним джерелом інформації. Для 29 % опитаних джерелом інформації є реклама на телебаченні, у соціальних мережах або зовнішня реклама (білборди, метролайти тощо).

На підтвердження доброї відомості торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» та обізнаності серед доречного кола споживачів свідчить аналітика переглядів відеороликів на каналі бренду в YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCuxqpuoCcUQYorTP859xZRQ/featured>).

Так, за період з 17.12.2012 по 2025 рік користувачі YouTube-каналу переглянули відеоролики бренду «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» 45 437 838 разів.

Згідно з рейтингом Nielsen, на всеукраїнському ринку товарів в категорії «мінеральні води», торговельна марка «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» протягом останніх десяти років стабільно посідає третє місце за обсягами продажів серед інших торгівельних марок. Станом на 2020 рік її частка на ринку становила 6,7 %.

Починаючи з 2002 року заявник постійно вдосконалював виробництво мінеральної води, підвищуючи рівень її якості, напружував репутацію на ринку товарів та завойовував довіру споживача.

Згідно з наданою заявником довідкою про обсяги продажу мінеральної води, вбачається, що за період із 2007 по 2020 роки обсяг реалізації продукції (в літрах) виріс в чотири рази³.

Такий ріст зумовлений масштабними маркетинговими та рекламними заходами, в які заявник вклав значні кошти⁴.

За результатом дослідження наведених вище документів колегія Апеляційної палати вважає, що подавцем заяви доведено факт того, що торговельна марка «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» є добре відомою доречному колу споживачів та отримала визнання у відповідних секторах суспільства на території України станом на 01 січня 2018 року.

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

На підтвердження цього фактора заявник надав документи, що містять інформацію про тривале та інтенсивне (понад 20 років) використання в Україні торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» щодо таких товарів, як: «мінеральні та газовані води; вода мінеральна природна столова».

Надані заявником документи (копії договорів, рекламні матеріали) підтверджують, що торговельна марка «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» безперервно використовується ним на всій території України з 2002 року по цей час для маркування своєї продукції, а концепція дизайну опакуння та етикеток для продукції, маркованої вказаною торговельною маркою, постійно змінювалася та удосконалювалася.

Торговельна марка «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» використовується заявником шляхом нанесення на вироблений товар, упаковку, в якій міститься такий товар, під час продажу та пропонування товару для продажу, зокрема на стоперах, бордах, плакатах, чеках і цінниках.

Крім того, торговельна марка «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» використовується в діловій документації, рекламі, маркетингових акціях для стимулювання попиту, а також під час проведення різних заходів та в мережі «Інтернет».

Заявник отримав всю необхідну дозвільну документацію на виробництво та реалізацію продукції, зокрема сертифікати відповідності та безпечності продукції.

За період, що розглядався Апеляційною палатою, заявником вироблено суттєві обсяги продукції під зазначеною торговельною маркою.

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

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

Продукція заявника під торговельною маркою «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» реалізується через найбільші торговельні мережі та дистриб'юторів, що охоплюють всі області України.

Заявником вкладено значні кошти в маркетинг та рекламу з метою просування торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА». Задля популяризації товарів заявником було застосовано креативний підхід, розроблено рекламні концепції та дизайн, проведено маркетингові та соціологічні дослідження, створено та розміщено на ТБ та інтернет-ресурсах рекламні відеоролики, задіяно радіорекламу тощо.

Реклама товарів заявника розміщувалася у друкованих виданнях, активно використовувалася зовнішня реклама в метро та на білбордах. Витрати на рекламу за 2008-2022 роки склали значні кошти⁵.

На підтвердження тривалого використання торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА», заявником надано копії договорів з суб'єктами господарської діяльності: ТОВ «Український центр вивчення громадської думки «СОЦІОІНФОРМ», ТОВ «Гранд Афіш Україна», ТОВ «РА «МЕТРО-ЛАЙТ», ПП «ЦЕНТР МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ», ПП «РЕКЛАМНО-ВИРОБНИЧА КОМПАНІЯ «ТРАМПЛІН», ТОВ «РА «Абсолют Медіа», ТОВ «Солинг», ТОВ «РА «Фрезія», ТОВ «РА «Медіа Океан», ТОВ «Креативне агентство «Прана», ТОВ «Рекламне Агентство Люкс», ПП «Фірма «Бізнес-Контракти», ТОВ «Телерадіокомпанія «Інтер-Захід», ТОВ «TV-4», ТОВ «Студія звукозапису «Люксен», ФОП «Рибчинська Наталя Валеріївна», ТОВ «ВИРОБНИЧА КОМПАНІЯ «РЕЙНБОУ ДІДЖИТАЛ», ТОВ «МЕТРОЛАЙТ», ТОВ «Рекламне Агентство «Реґіон Медіа», ПП «Телерадіоорганізація «Українська хвиля», ТОВ «ШЕЛТЕР ФІЛЬМ», ТОВ «ТЕЙЛОР НЕЛЬСОН СОФРЕЗ УКРАЇНА», ТОВ «БРЕНД БУСТЕР», ТОВ «ФЕАР РІТЕЙЛ», ТОВ «ХАВАС ВОРЛДВАЙД ДІДЖИТАЛ КИЇВ», ТОВ «КОН-ЦЕПТ», ТОВ «Телерадіокомпанія «Студія 1+1», ПРАТ «Міжнародний Медіа Центр – СТБ».

Також заявником надано копії таких документів:

договори з маркетинговими та рекламними компаніями (ТБ, ЗМІ, інтернет), пов'язані з розповсюдженням реклами торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА»;

договори з національними торговельними мережами, якими надаються маркетингові послуги відносно мінеральної води під торговельною маркою «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА», за період з 2015 по 2022 роки;

договори з національними торговельними мережами, на адресу яких здійснювалося постачання мінеральної води під торговельною маркою «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА», за період з 2013 по 2022 роки;

Звіт про оцінку виключних майнових прав на знак для товарів та послуг «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» від 12.09.2022, підготовлений суб'єктом оціночної діяльності – ТОВ «Фінпрайс».

⁵ Інформація не оприлюднюється, оскільки ці відомості визначено заявником конфіденційною інформацією.

Колегія Апеляційної палати вважає, що надані заявником відомості та документи, які їх підтверджують, доводять факт тривалого та безперервного використання ним торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» для товарів 32 класу МКТП: «мінеральні та газовані води; вода мінеральна природна столова», станом на 01 січня 2018 року.

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

Інформацію про просування товарів під торговельною маркою «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» заявник підтверджує відомостями про здійснення ним заходів, спрямованих на популяризацію торговельної марки, зокрема через публікації рекламних матеріалів у засобах масової інформації та мережі «Інтернет», у поліграфічній продукції, зовнішній рекламі тощо.

Заявник з 2002 року здійснює просування торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» по всій території України шляхом рекламування, оприлюднення та представлення на ярмарках та виставках товарів. Реалізація продукції здійснюється через великі торговельні мережі, магазини в обласних центрах, а також у торговельних точках навіть у найменших населених пунктах нашої країни.

Згідно з довідкою про витрати на маркетинг та рекламу відносно розвитку торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» в період з 2003 по 2021 роки заявником вкладено значні кошти на:

послуги з розміщення роликів на ТБ, радіореклами, розміщення реклами у друкованих виданнях;

послуги з розміщення зовнішньої реклами, а саме: розміщення реклами в метро на білбордах;

розробку креативу, концепцій, дизайну, дослідження (маркетингові, соціологічні тощо)⁶.

На підтвердження зазначеного заявником надано договори за 2012-2021 роки, укладені ним з маркетинговими та рекламними компаніями про надання рекламних послуг щодо просування торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» на радіо, у соціальних мережах, інтернеті, у зовнішній рекламі, роздруківки сторінок журналів/буклетів.

Згідно з представленими заявником договорами, укладеними з національними торговельними мережами, якими надаються маркетингові послуги відносно мінеральної води під торговельною маркою «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» та поставка такої продукції, за період з 2015 по 2021 роки такі послуги надавалися у мережах: ТОВ «Альянс Маркет», ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», ТОВ «Ашан Україна Гіпермаркет», ТОВ «Еко», ТОВ «Експансія», ТОВ

⁶ Інформація не оприлюднюється, оскільки ці відомості визначено заявником конфіденційною інформацією.

«Епіцентр К», ПП «ЛЕВАЙС», ПП «Мережа-Сервіс Львів», ТОВ «НОВУС Україна», ТОВ «Торговельно-будівельний дім «ОЛДІ», ТОВ «ОЛДІ-Житомир», ПП «ОЛІВІЯ ТРЕНД», ПП «ПАНГЕОН», ТОВ «РЕЛАЙЗ КОМПАНІ», ТОВ «СІЛЬПО-ФУД», ТОВ «ТЕРКАП», ТОВ «Траш», ТОВ «ФОРА», ТОВ «ФУДКОМ», ТОВ «ХОТЕЙ 2019».

Витрати заявника за 2008-2021 роки на маркетинг та рекламу задля розвитку торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА», зокрема на розроблення креативних концепцій і дизайну, проведення маркетингових та соціологічних досліджень, виробництво відеороликів та їх розміщення на ТБ й інтернет-ресурсах, радіорекламу, рекламу в друкованих виданнях, зовнішню рекламу (розміщення в метро та на білбордах), а також на просування в Digital, здійснювалися на підставі договорів, укладених з такими суб'єктами господарської діяльності: ТОВ «Український центр вивчення громадської думки «СОЦІОІНФОРМ», ТОВ «Гранд Афіш Україна», ТОВ «РА «МЕТРО-ЛАЙТ», ПП «ЦЕНТР МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ», ПП «РЕКЛАМНО-ВИРОБНИЧА КОМПАНІЯ «ТРАМПЛІН», ТОВ «РА «Абсолют Медіа», ТОВ «Солинг», ТОВ «РА «Фрезія», ТОВ «РА «Медіа Океан», ТОВ «Креативное агентство «Прана», ТОВ «Рекламне Агентство Люкс», ПП «Фірма «Бізнес-Контракти», ТОВ «Телерадіокомпанія «Інтер-Захід», ТОВ «TV-4», ТОВ «Студія звукозапису «Люксен», ФОП «Рибчинська Наталя Валеріївна», ТОВ «ВИРОБНИЧА КОМПАНІЯ «РЕЙНБОУ ДІДЖИТАЛ», ТОВ «МЕТРОЛАЙТ», ТОВ «Рекламне Агентство «Реґіон Медіа», ПП «Телерадіоорганізація «Українська хвиля», ТОВ «ШЕЛТЕР ФІЛЬМ», ТОВ «ТЕЙЛОР НЕЛЬСОН СОФРЕЗ УКРАЇНА», ТОВ «БРЕНД БУСТЕР», ТОВ «ФЕАР РІТЕЙЛ», ТОВ «ХАВАС ВОРЛДВАЙД ДІДЖИТАЛ КИЇВ», ТОВ «КОН-ЦЕПТ», ТОВ «Телерадіокомпанія «Студія 1+1», ПРАТ «Міжнародний Медіа Центр – СТБ»⁷.

Наприклад, рекламування продукції заявника у січні-квітні 2021 року здійснювалося в межах телевізійного вокального шоу «Голос країни» (ТРК «Студія 1+1»), де торговельна марка «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» отримала 726 рекламних проявів.

У лютому-травні 2021 року в реаліті-проекті «Холостяк» (телеканал СТБ) торговельна марка «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» як спонсор отримала загальний ефірний час показів спонсорських заставок тривалістю 4 455 секунд.

Протягом вересня 2022 року в телевізійному проекті «Як ти? з Григорієм Решетником» (телеканал СТБ) торговельна марка «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» була представлена спонсорськими роликами. Загальна тривалість інтеграції та використання продукту в ефірі становила 2 084 секунд.

За інформацією Державної служби статистики України у 2021 році ТОП-3 торгівельних марок на ринку води очолили: перше місце: «Моршинська» – 24,8 %, друге місце: «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» – 5,7 %, третє місце: «Миргородська» + «Лягідна» – 4,4 %.

⁷ Інформація не оприлюднюється, оскільки ці відомості визначено заявником конфіденційною інформацією.

За інформацією Державної служби статистики України у серпні-вересні 2021 року ТОП-3 гравця на ринку води посіли: перше місце: «ІДС» – 38,2 %, друге місце: «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» – 8,6 %, третє місце: «Бювет» – 6,2 %.

Торговельна марка «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» підтримується та використовується на всій території України завдяки укладеним договорам із продажу мінеральної води та іншої продукції з національними торговельними мережами, які надають маркетингові послуги та через які здійснюється продаж, а саме: ТОВ «АТБ-МАРКЕТ», ТОВ «Ашан Україна Гіпермаркет», ТОВ «Альянс Маркет», ТОВ «Еко», ТОВ «Експансія», ПП «ЛЕВАЙС», ПП «Мережа-Сервіс Львів», ПП «ОЛІВІЯ ТРЕНД», ТОВ «Торговельно-будівельний дім «ОЛДІ», ТОВ «ТЕРКАП», ТОВ «НОВУС Україна», ТОВ «ХОТЕЙ 2019», ТОВ «РЕЛАЙЗ КОМПАНІ», ТОВ «РЕЛАЙЗ КОМПАНІ», ТОВ «ФУДКОМ», ТОВ «Епіцентр К» тощо. Загальна кількість таких торговельних точок становить понад 2 680 супермаркетів, що забезпечило стрімке зростання впізнаваності мінеральної води «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» серед споживачів.

Розрахунок витрат показує, що з 2003 року в розвиток торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» вкладалися значні кошти, що сприяло її популяризації серед споживачів⁸.

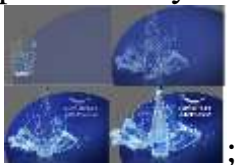
За результатами дослідження наданих документів колегія Апеляційної палати зазначає, що представлені відомості свідчать про активне та тривале просування послуг під торговельною маркою «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» на всій території України.

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

Заявник є власником серії зареєстрованих торговельних марок, що включають словесний елемент «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА», а саме:

свідоцтво України № 56667 від 15.12.2005 на торговельну марку **Карпатська Джерельна**;

свідоцтво України № 329299 від 22.02.2023 на торговельну марку відносно товарів 32 класу МКТП:



свідоцтво України № 329294 від 22.02.2023 на торговельну марку відносно товарів 32 класу МКТП:

⁸ Інформація не оприлюднюється, оскільки ці відомості визначено заявником конфіденційною інформацією.



свідоцтво України № 335071 від 12.07.2023 на торговельну марку відносно товарів 32 класу МКТП:

**КАРПАТСЬКА
ДЖЕРЕЛЬНА**

На підставі наведених вище доказів колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що заявник здійснив всі необхідні заходи для набуття правової охорони торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» в Україні.

5. Свідчення успішного відстоювання прав на торговельну марку, зокрема територія, на якій торговельну марку визнано добре відомою компетентними органами

Як свідчення успішного відстоювання прав на торговельну марку можна розглядати рішення Апеляційної палати УКРНОІВІ про відмову Матюсі Андрію



Валерійовичу в реєстрації торговельної марки за заявкою № m 2020 12584 відносно всіх заявлених товарів 32 класу МКТП.

Вказане рішення затверджене наказом УКРНОІВІ № 81/2025 від 16.04.2025 «Про затвердження рішення Апеляційної палати щодо заперечення проти рішення за заявкою № m 2020 12584».

5. Цінність, що асоціюється з торговельною маркою

Цінність, що асоціюється з торговельною маркою «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА», заявник пов'язує з її чистотою та природним складом, тривалістю використання торговельної марки, доброю репутацією заявника, високою якістю товарів та витратами на рекламу товарів, що виробляються під цією торговельною маркою.

Просування даної торговельної марки, підвищення рівня якості та упізнаваності товарів під цією торговельною маркою на ринку мінеральних вод для того, аби приносити смак і задоволення в життя людей, пропонуючи якісні продукти в будь-якій точці України, заявник зробив своєю місією.

Мінеральна вода під торговельною маркою «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» здобула популярність серед споживачів на всій території України завдяки

природному поєднанню мінералів, зокрема кальцію, магнію та гідрокарбонатів, що рекомендовані для щоденного вживання, як взимку, так і влітку.

Продукція під торговельною маркою «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» протягом останніх десяти років отримала визнання та довіру серед споживачів, про що свідчить її друге місце на ринку мінеральних вод за популярністю.

Добра репутація торговельної марки постійно підтримується заявником.

Якість продукції відповідає всім вимогам українського законодавства та міжнародним стандартам.

Якість і смак мінеральної води під торговельною маркою «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» відомі широкому колу споживачів – від малечі до людей похилого віку.

Торговельна марка «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» має високу розрізняльну здатність відносно заявлених товарів 32 класу МКТП.

Висока цінність торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» підтверджується Звітом про оцінку виключних майнових прав від 25.06.2020 року, складеним суб'єктом оціночної діяльності ТОВ «Фінпрайс», відповідно до якого її вартість є значною.

За результатами дослідження матеріалів справи, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що надані заявником матеріали свідчать про те, що торговельна марка «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» є відомою широкому колу споживачів відповідного сектору суспільства, має високу розрізняльну здатність відносно заявлених товарів 32 класу МКТП, а добра репутація торговельної марки постійно підтримується заявником.

Колегія Апеляційної палати вважає, що заявником повністю доведені фактори, що впливають на визнання торговельної марки добре відомою. Зазначені фактори підтверджені відповідними доказами і є достатніми для визнання того, що торговельна марка «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» стала добре відомою в Україні для заявлених товарів 32 класу МКТП станом на 01 січня 2018 року.

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

в и р і ш и л а:

1. Заяву Товариства з обмеженою відповідальністю «Карпатські мінеральні води» про визнання торговельної марки «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» добре відомою в Україні задовольнити.

2. Визнати торговельну марку «КАРПАТСЬКА ДЖЕРЕЛЬНА» добре відомою в Україні відносно Товариства з обмеженою відповідальністю

«Карпатські мінеральні води» для товарів 32 класу МКТП: «мінеральні та газовані води; вода мінеральна природна столова», станом на 01.01.2018.

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

Додаток: зображення торговельної марки на 1 арк.

Головуючий колегії
Члени колегії

Д. О. Павлов
Т. В. Ткачук
І. А. Костенко

