

ЗАТВЕРДЖЕНО  
Наказ УКРНОІВІ  
05.05.2026 № 116/2026




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**

10 березня 2026 року

Колегія Апеляційної палати УКРНОІВІ, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Білоцьким В. В. від 02.04.2025 № Р-АП/46-25, у складі головуючого Теньової О. О. та членів колегії Шатової І. О., Горбик Ю. А., за участю секретаря засідання Гостевої А. І., розглянула заяву МЕТА ПЛЕТФОРМС, ІНК. (US) про визнання торговельної марки  (далі – «facebook, комб.») добре відомою в Україні.

Представник заявника – Мартинова В. В.

Заява МЕТА ПЛЕТФОРМС, ІНК. про визнання торговельної марки «facebook, комб.» добре відомою в Україні подана до Апеляційної палати 04.01.2024 на підставі пункту 1 статті 25 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (далі – Закон).

Подавець заяви – МЕТА ПЛЕТФОРМС, ІНК., просить визнати торговельну марку «facebook, комб.» добре відомою в Україні для послуг 45 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП), а саме «соціальні мережі; надання соціальних послуг, а саме, послуг мережевих сервісів; послуги соціальних мереж в режимі он-лайн; надавання

інформації в сфері послуг соціальних мереж та соціального спілкування за допомогою баз даних», станом на 01.01.2018.

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

МЕТА ПЛЕТФОРМС, ІНК. (META PLATFORMS, INC.) до жовтня 2021 року – Фейсбук, Інк. (Facebook, Inc.), є американською корпорацією, що об'єднує низку соціальних мереж і технологічних платформ. Головний офіс компанії розташований у місті Менло-Парк, штат Каліфорнія, США.

Facebook – це назва однієї з провідних соціальних мереж світу, яка почала працювати у 2004 році як онлайн-платформа для студентів Гарвардського університету. Згодом мережа стрімко розширилася, ставши загальнодоступною для користувачів у всьому світі.

Відповідно до визначення у провідному цифровому словнику Dictionary.com, слово «Facebook» трактується як: «Торговельна марка. Назва бренду для соціальної мережі та вебсайту, запущених у 2004 році».

Соціальна мережа «Facebook» надає користувачам можливість взаємодіяти з друзями, родиною, відомими особами, політичними діячами та компаніями шляхом перегляду їхніх публікацій. Користувачі мережі також можуть обмінюватися фотографіями, відео, посиланнями на вебсайти та інші мультимедійні матеріали, а також спілкуватися за допомогою різних інструментів платформи.

До ключових функцій соціальної мережі «Facebook» належать, зокрема, профіль користувача, стрічка новин; маркетплейс, месенджер, групи, події, відео, фотографії та сторінки.

На сьогодні мережа «Facebook» є однією з найбільш відомих і впізнаваних торговельних марок у світі. Згідно з відкритими статистичними даними, соціальною мережею користуються понад два мільярди осіб щомісяця. Платформа доступна більш ніж у 100 мовних версіях і має активних користувачів у більш ніж 190 країнах світу.

На підтвердження фактичних даних щодо доброї відомості торговельної марки «facebook, комб.» стосовно послуг, щодо яких вона використовується, на вказану в заяві дату заявником надані такі документи:

- 1) зображення торговельної марки;
- 2) витяг із бази даних WHOIS з інформацією про доменне ім'я facebook.com;
- 3) витяги з річних звітів Facebook Inc. за 2012, 2014, 2019 роки та з річного звіту Meta Platforms, Inc. за 2021 рік (з перекладом українською мовою);
- 4) копії сторінок цифрового словника Dictionary.com із визначенням та історією походження слова «facebook»;
- 5) витяги з вебсайтів facebook.com, about.fb.com, about.meta.com з інформацією про послуги та ключові продукти (функції) соціальної мережі «Facebook»;

- 6) витяги з вебсайту metacareers.com з відомостями про європейські офіси компанії Meta Platforms, Inc.;
- 7) витяги з вебсайту facebook.com із прикладами програмних додатків, що пропонуються користувачам;
- 8) витяги з вебсайту facebook.com з інформацією про співпрацю Facebook із розробниками програмного забезпечення та пропозиціями для них;
- 9) статті про участь Facebook в індустрії штучного інтелекту;
- 10) витяги з вебсайту design.facebook.com із прикладами надання послуг у сфері дизайну та графічного дизайну;
- 11) пресреліз про Facebook Gaming;
- 12) приклади пропозиції «Миттєві статті» (Instant Articles);
- 13) копії річних фінансових звітів Facebook з даними про витрати на маркетинг і продажі за 2012-2021 роки;
- 14) список реєстрацій торговельної марки «facebook» у різних країнах світу;
- 15) витяги із Спеціальної інформаційної системи УКРНОІВІ із бібліографічними даними свідоцтв України на торговельні марки №№ 270600, 285456, 313830, 322615, 320561, 287196, 320882, а також витяги з бази даних Madrid Monitor щодо міжнародних реєстрацій №№ 1075807, 1075094;
- 16) список рішень ЕУІРО, національних відомств Європейського союзу з інтелектуальної власності та судових рішень, що підтримали заперечення проти позначень із суфіксом «book»;
- 17) копії рішень, прийнятих різними органами, зокрема: відділом заперечень та Апеляційною палатою ВОІВ, Іспанським відомством з патентів і торговельних марок, Високим судом Андалусії, Португальським трибуналом, Швейцарським федеральним інститутом інтелектуальної власності, що визнають добре відомий статус торговельної марки «facebook» (з перекладом українською мовою);
- 18) копії рішень відомства, прийнятих на підставі оманливості позначень та за результатами розгляду мотивованих заперечень Facebook, Inc.;
- 19) витяги зі звітів «100 найдорожчих світових брендів Brandz™» за 2011, 2014-2021 роки, підготовлених компанією Milwards Brown Optimor;
- 20) витяги зі звітів компанії Interbrand про оцінку найкращих світових брендів за 2012-2019 роки;
- 21) витяги зі звіту компанії Brand Finance про найдорожчі бренди світу за 2018 рік;
- 22) приклади використання соціальної мережі «Facebook» відомими особами та компаніями України;
- 23) копія афідевіту Пауло Соуза, підписаний 29.11.2022 (з перекладом українською мовою).

17.02.2026 заявник надав уточнення до заяви, просив визнати торговельну мару «facebook, комб.» добре відомою в Україні для послуг 45 класу МКТП:

«соціальні мережі; послуги соціальних мереж у режимі онлайн», станом на 01.01.2018.

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 «facebook, комб.» 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 із 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-ій 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, в тому числі інформацію про фактори, що визначені Законом, хоча і не обмежуючись нею.

Для визначення того, чи є торговельна марка «facebook, комб.» 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 відповідний сектор суспільства, в якому знак є добре відомим, найбільш

доречним сектором суспільства для послуг, що надаються під торговельною маркою «facebook, комб.», заявник вважає широке коло споживачів, зокрема фізичних осіб (індивідуальні користувачі соціальних мереж), суб'єктів господарювання (малий, середній і великий бізнес), а також організації і установи, які використовують онлайн-платформу для комунікації, маркетингу, обміну інформацією та ведення діяльності.

Введення позначення «facebook» у цивільний обіг як сервісу у вигляді соціальної мережі для студентів Гарвардського університету відбулося у лютому 2004 року. Уже станом на травень 2005 року соціальна мережа «Facebook» використовувалась більш ніж у 800 вищих навчальних закладах, наприкінці 2005 року кількість активних користувачів становила понад 6 мільйонів осіб.

У 2006 році послуги соціальної мережі «Facebook» стали доступними користувачам в Україні, а також відбувся запуск версії для мобільних пристроїв. На грудень 2006 року кількість користувачів подвоїлася порівняно з попереднім роком, а вже у 2007 році мережею користувалися 58 мільйонів людей.

У лютому 2008 мережа «Facebook» стає доступною на ще одній мові – іспанській. У грудні 2009 року кількість користувачів досягла 360 мільйонів, а у липні 2010 року – 500 мільйонів. Протягом 2011 року кількість користувачів зросла до 845 мільйонів, і в цей період компанія запустила застосунок «facebook» для iPad. У жовтні 2012 року було зафіксовано перший мільярд зареєстрованих користувачів.

Станом на липень 2013 року щомісячна кількість користувачів мобільного застосунку «FACEBOOK for Every Phone» становила 100 мільйонів осіб. У квітні 2015 року на платформі було зареєстровано 40 мільйонів активних сторінок малого бізнесу.

У 2016 році кількість користувачів застосунку «Facebook Messenger» досягла 1 мільярда. Того ж року було запущено сервіси «Messenger Lite», «Marketplace», «Events» та «Workplace».

Згідно з даними річних звітів заявника за 2012, 2014, 2019 та 2021 роки, щоденна кількість активних користувачів мережі «Facebook» демонструвала постійне зростання: серпень 2015 – 1 млрд осіб на добу; вересень 2017 – 1,37 млрд; грудень 2018 – 1,52 млрд; березень 2019 – 1,56 млрд; червень 2019 – 1,59 млрд; жовтень 2019 – 1,62 млрд; грудень 2019 – 1,66 млрд осіб на добу.

У 2020-2021 роках тенденція зростання щоденної кількості активних користувачів мережі «Facebook» продовжувалася: березень 2020 – 1,73 млрд; червень 2020 – 1,79 млрд; вересень 2020 – 1,82 млрд; грудень 2020 – 1,85 млрд; березень 2021 – 1,88 млрд; червень 2021 – 1,90 млрд; вересень 2021 – 1,93 млрд; грудень 2021 – 1,93 млрд; вересень 2022 – 2 млн; березень 2023 – 2,064 млн осіб на добу.

На сьогодні мережа «Facebook» доступна більш ніж 110 мовами інтерфейсу, зокрема українською.

Згідно з даними аналітичної компанії «App Annie», у травні 2018 року мережу «Facebook» визнано як найбільш завантажуваний мобільним застосунком для iOS за весь час.

Відповідно до статистичних звітів «App Annie»:

станом на 03.09.2017 мобільний застосунок «Facebook» в Україні входив до двох найкращих соціальних мереж, чотирьох найкращих програм для iPhone і п'яти найкращих соціальних мереж для iPad;

станом на 01.01.2019 – до двох найкращих соціальних мереж для Google Play, чотирьох найкращих програм для iPhone і трьох найкращих для iPad;

станом на 04.03.2019 – до двох найкращих програм для соціальних мереж для Google Play і до п'яти найкращих додатків як для iPhone, так і для iPad.

За результатами аналізу документів, наданих заявником на підтвердження доброї відомості торговельної марки «facebook, комб.», колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що станом на 01.01.2018 вказана торговельна марка набула широкої відомості та отримала визнання у відповідному секторі суспільства.

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

Першим документальним підтвердженням застосування позначення «facebook» можна вважати реєстрацію доменного імені facebook.com, яка була здійснена у 1997 році.

За наявними в матеріалах справи документами, в більшості країн світу заявник почав використання торговельної марки «facebook, комб.» у різних її формах з 2004 року та на території України з 2006 року.

Торговельна марка «facebook, комб.» використовується для надання послуг у сфері соціальних мереж, комунікацій, реклами, розваг, а також у суміжних галузях інформаційних технологій. На сьогодні послуги під торговельною маркою «facebook, комб.» надаються у більшості країн світу.

Офіси заявника розташовані у понад 80 містах світу, зокрема в США, Європі, на Близькому Сході, в Африці, Азії та південній частині Тихого океану.

За інформацією, що міститься в доказах, наданих заявником, Європейські офіси заявника розташовані у таких містах: Лондон (Велика Британія), Амстердам (Нідерланди), Лулео та Стокгольм (Швеція), Оденсе та Копенгаген (Данія), Гамбург і Берлін (Німеччина), Корк, Клоні та Дублін (Ірландія), Мадрид (Іспанія), Париж (Франція), Мілан і Рим (Італія), Осло (Норвегія), Брюссель (Бельгія), Женева і Цюрих (Швейцарія), Прага (Чехія), Варшава (Польща).

У межах соціальної мережі «Facebook» заявник пропонує низку програмних додатків і сервісів, серед яких – «Workplace», «Messenger Kids» і «Audience Network» тощо. Платформа забезпечує комунікацію між користувачами, підприємствами, освітніми закладами, засобами масової

інформації та державними інститутами, виконуючи функцію глобального каналу соціальної взаємодії по всьому світу.

Заявник активно співпрацює з розробниками програмного забезпечення, здійснюючи постійне удосконалення існуючих сервісів та впровадження нових графічних та анімаційних інструментів. Окрім того, компанія є одним із активних учасників розвитку індустрії штучного інтелекту, інвестуючи значні ресурси у науково-дослідні програми в цій сфері.

Серед функцій, які мережа «Facebook» пропонує для розваг і дозвілля користувачів, особливої популярності набули сервіси «Facebook Watch» – платформа для перегляду відео на запит з оригінальними шоу та відеороликами, а також «Facebook Gaming», що надає можливість пошуку, перегляду й участі в онлайн-іграх. Для тих, хто бажає створювати та публікувати власний контент, діє сервіс «Миттєві статті» (Instant Articles), який дає змогу створювати швидкі інтерактивні матеріали безпосередньо в межах платформи.

Хоча основною метою діяльності мережі «Facebook» є задоволення соціальних і комунікаційних потреб користувачів, діяльність компанії МЕТА ПЛЕТФОРМС, ІНК. охоплює також інші види послуг, як пов'язані з основним напрямком, так і такі, що виникли внаслідок технологічного розвитку та розширення функціональних можливостей сервісу. Зокрема, рекламні послуги, віднесені до 35 класу МКТП, є одним із ключових напрямів діяльності заявника та основним джерелом прибутку компанії.

Колегія Апеляційної палати вважає, що надані заявником відомості та документи, що їх підтверджують, доводять факт тривалого, безперервного та у значних обсягах географічного використання торговельної марки «facebook, комб.» відносно заявлених послуг 45 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**

Протягом усього періоду від запуску проєкту Facebook у 2004 році і до сьогоднішнього дня заявником здійснюються активні та системні дії, спрямовані не лише на рекламування, але й на підтримання та зміцнення статусу мережі «Facebook» як одного з найвідоміших у світі сервісів комунікації.

На підтвердження активного, тривалого та широкомасштабного просування послуг під торговельною маркою «facebook, комб.» заявником надано витяги з річних звітів компанії МЕТА ПЛЕТФОРМС, ІНК. за 2014, 2017 та 2021 роки.

Згідно з даними, наведеними у зазначених звітах, витрати компанії на рекламування та маркетингове просування, що надаються під торговельною маркою «facebook, комб.», становили: у 2012 році – 896 млн доларів США, у

2013 – 997 млн доларів США, у 2014 – 1,68 млрд доларів США, у 2015 – 2,73 млрд доларів США, у 2016 – 3,772 млрд доларів США, у 2017 – 4,725 млрд доларів США, у 2018 – 7,846 млрд доларів США, у 2019 – 9,876 млрд доларів США, у 2020 – 11,591 млрд доларів США, у 2021 – 14,043 млрд доларів США.

Динаміка наведених показників свідчить про постійне зростання обсягів фінансування рекламних і маркетингових заходів, що підтверджує безперервність, масштабність та глобальний характер діяльності заявника щодо просування торговельної марки «facebook, комб.».

Заявник також систематично представляє свої продукти та сервіси під торговельною маркою «facebook, комб.» на міжнародних профільних заходах, зокрема на виставках і конференціях, присвячених інформаційним технологіям, цифровим комунікаціям, маркетингу та електронній комерції (зокрема Web Summit, Mobile World Congress, F8 Conference тощо).

За результатами дослідження наданих заявником матеріалів, колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що надані відомості свідчать про здійснення протягом тривалого часу у значних обсягах заходів з рекламування та іншого просування торговельної марки «facebook, комб.», завдяки чому на заявлену дату торговельна марка стала добре відомою широкому колу споживачів.

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

Надані заявником документи підтверджують факти реєстрації в Україні та інших країнах за національною та міжнародною процедурами торговельної марки «facebook, комб.» та торговельних марок, які є їх складовою частиною.

МЕТА ПЛЕТФОРМС, ІНК. є власником свідоцтв України на такі торговельні марки:

**WORKPLACE BY FACEBOOK** – за свідоцтвом № 270600 від 10.02.2020 (09, 35, 38, 42, 45 класи МКТП);

**FACEBOOK** – за свідоцтвом № 285456 від 10.11.2020 (45 клас МКТП);

**facebook** – за свідоцтвом № 313830 від 09.02.2022 (09, 35, 36, 38, 41, 42, 45 класи МКТП);

**FB** – за свідоцтвом № 322615 від 27.07.2022 (09, 35, 36, 41, 45 класи МКТП);



– за свідоцтвом № 320561 від 15.06.2022 (09, 35, 36, 38, 41, 42, 45 класи МКТП);



– за свідоцтвом № 287196 від 10.12.2020 (09, 35, 36, 38, 41, 42, 45 класи МКТП);



– за свідоцтвом № 320882 від 22.06.2022 (09, 16, 18, 20, 21, 25, 35, 36, 38, 41, 42, 43, 45 класи МКТП).

На території України мають поширення такі міжнародні реєстрації:

FACEBOOK

– міжнародна реєстрація № 1075807 від 16.07.2010 (09, 35, 36, 38, 41, 42, 45 класи МКТП);



– міжнародна реєстрація № 1075094 від 16.07.2010 (09, 35, 36, 38, 41, 42, 45 класи МКТП);



– міжнародна реєстрація № 1282613 від 23.12.2014 (09, 35, 36, 38, 41, 42, 45 класи МКТП).

Також заявником надано інформацію, відповідно до якої торговельні марки, що містять словесний елемент «facebook», зареєстровані у понад 130 країнах світу.

На підставі наведених доказів щодо здійснених реєстрацій торговельної марки «facebook, комб.», колегія Апеляційної палати дійшла висновку про те, що заявник здійснював та продовжує здійснювати всі необхідні заходи для набуття правової охорони цієї торговельної марки та торговельних марок з використанням її елементів в Україні та інших країнах світу.

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

На підтвердження цього фактора заявником надано перелік рішень компетентних органів держав – членів Європейського Союзу, згідно з якими торговельну марку «facebook, комб.» визнано добре відомою на відповідних територіях.

Крім того, заявником надано копії та витяги з рішень патентних відомств і судових органів різних країн, що містять висновки про наявність у торговельної

марки «facebook, комб.» високого ступеня відомості та усталеної репутації у сфері телекомунікацій, соціальних мереж та пов'язаних онлайн-послуг (класи 38, 41, 42 МКТП). У зазначених рішеннях підкреслюється, що така відомість дозволяє асоціювати відповідні послуги із заявником навіть у випадках опосередкованої схожості порівнюваних позначень, а також обумовлює необхідність підвищеної обережності при реєстрації позначень, які можуть завдати шкоди розрізняльній здатності або репутації цієї торговельної марки.

Колегія також урахувала надані заявником витяги з рішень УКРНОІВІ, винесених на підставі мотивованих заперечень компанії Facebook, Inc., у яких підставою для відмови у реєстрації було визнання оманливості позначень, що імітують відому торговельну марку «facebook, комб.».

У сукупності наведені матеріали свідчать про успішне відстоювання прав заявника на торговельну марку «facebook, комб.» на міжнародному рівні у різних юрисдикціях, а також про наявність визнання її добре відомою компетентними органами ряду держав, що є вагомим доказом високої репутації торговельної марки та ступеня її впізнаваності серед споживачів у різних країнах світу.

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

На підтвердження значної комерційної вартості торговельної марки «facebook, комб.», заявником надано витяги з міжнародних рейтингів провідних агентств, що спеціалізуються на дослідженні, оцінці та управлінні брендами.

Згідно з даними компанії Millward Brown Optimor (МВО), яка проводить щорічне глобальне дослідження «BrandZ™ Top 100 найдорожчих глобальних брендів», торговельна марка «facebook» посідає провідні позиції серед найдорожчих брендів світу.

З 2011 року Facebook стабільно входить до «Топ-50 найдорожчих брендів». Зокрема, відповідно до результатів щорічних рейтингів МВО: у 2011 році бренд Facebook зайняв 35 місце; у 2014 році – 21 місце; у 2015 році – 6 місце у списку «20 найкращих технологій»; у 2016 році – 5 місце.

Протягом 2017-2021 років бренд Facebook оцінювався компанією Millward Brown Optimor таким чином: 2017 рік – 129,8 млн доларів США, 5 місце; 2018 рік – 162 106 млн доларів США, 6 місце; 2019 рік – 158 968 млн доларів США, 6 місце; 2020 рік – 147 млн доларів США, 8 місце; 2021 рік – 226 744 млн доларів США, 6 місце.

Відповідно до звітів компанії Interbrand, протягом 2012-2017 років бренд Facebook займав такі позиції у рейтингу «Best Global Brands»: 2012 рік – 69 місце; 2013 рік – 52 місце; 2014 рік – 29 місце; 2015 рік – 23 місце; 2016 рік – 15 місце; 2017 рік – 8 місце. Також, компанія Interbrand включила Facebook до десятки найкращих світових брендів у 2018 році та до числа 15 найкращих світових брендів у 2019 році.

Бренд Facebook неодноразово визнавався одним із найдинамічніших за темпами зростання, демонструючи зростання вартості на 48 % у порівнянні з попередніми періодами.

Провідна міжнародна компанія з оцінки брендів Brand Finance надала бренду Facebook найвищий рейтинг AAA+, який зберігався до 2021 року, та у 2018 році поставила його на 7 місце у рейтингу «Global 500».

В аналітичних звітах FXSSI бренд Facebook посідав 4 місце у 2019 році та 5 місце у 2020 році серед найдорожчих брендів світу.

Крім того, низка міжнародних ділових та галузевих видань підтверджує високий рівень репутації та інноваційної вартості бренду:

за версією Fast Company, у 2010 році компанію Facebook, Inc. визнано найбільш інноваційною компанією світу;

у статті Business Week від 13.08.2008 Facebook, Inc. зайняв 1 місце в світі серед інтернет-компаній;

за публікацією The New York Times від 27.05.2011, Facebook був найбільшою у світі соціальною мережею з понад 500 млн користувачів станом на липень 2010 року;

у рейтингах журналу Fortune за 2015-2020 роки Facebook, Inc. неодноразово визнавалася однією з найбільш швидкозростаючих компаній світу, а також «компанією, якою найбільше захоплюються» у 2018-2020 роках;

за версією журналу Forbes, у 2018 році Facebook, Inc. увійшла до 10 найбільш інноваційних компаній світу, а у 2019 та 2020 роках бренд Facebook був включений до п'ятірки найбільш цінних брендів світу, з оціночною вартістю 88,9 млрд доларів США та 70,3 млрд доларів США відповідно.

Узагальнюючи наведені дані, колегія Апеляційної палати зазначає, що торговельна марка «facebook, комб.» протягом тривалого часу стабільно посідає провідні позиції у міжнародних рейтингах найдорожчих брендів світу, що свідчить про її високу комерційну цінність, впізнаваність серед широкого кола споживачів і сталу ділову репутацію.

За результатами дослідження, аналізу та оцінки наданих заявником документів та матеріалів, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що доводи заявника є обґрунтованими, а документи та матеріали, які містяться у справі, є належними та достатніми доказами для визнання торговельної марки «facebook, комб.» добре відомою в Україні для послуг 45 класу МКТП: «соціальні мережі; послуги соціальних мереж у режимі онлайн», станом на 01.01.2018.

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 МЕТА ПЛЕТФОРМС, ІНК. (US) про визнання торговельної марки «facebook, комб.» добре відомою в Україні задовольнити.
2. Визнати торговельну марку «facebook, комб.» добре відомою в Україні відносно МЕТА ПЛЕТФОРМС, ІНК. (US) для послуг 45 класу МКТП: «соціальні мережі; послуги соціальних мереж у режимі онлайн», станом на 01.01.2018.

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

О. О. Теньова  
І. О. Шатова  
Ю. А. Горбик



44673629 - УКРНОІВІ  
№Ріш-АП/47-26 від  
04.05.2026  
КЕП (Підписання проєкту):  
Теньова О. О. 04.05.2026 14:54  
3FAA9288358EC0030400  
000000BB3900F5FFE800



2246204205 - ФІЗИЧНА  
ОСОБА  
№Ріш-АП/47-26 від  
04.05.2026  
КЕП (Підписання проєкту):  
ШАТОВА І. О. 04.05.2026 14:53  
5E984D526F82F38F0400  
0000B7D47C011561A006



44673629 - УКРНОІВІ  
№Ріш-АП/47-26 від  
04.05.2026  
КЕП (Підписання проєкту):  
Горбик Ю. А. 04.05.2026 14:32  
3FAA9288358EC0030400  
0000015F3A007B71DB00