ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ УКРНОІВІ
30.10.2026 № 350/2026

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

26 травня 2026 року

Колегія Апеляційної палати УКРНОІВІ, затверджена розпорядженням голови Апеляційної палати Білоцьким В. В. від 13.02.2026 № Р-АП/27-26, у складі головуючого Теньової О. О. та членів колегії Ваганової В. С., Бабенко Т. М., за участю секретаря засідання Козелецької Н. О., розглянула заяву Акціонерного товариства «Українська залізниця» про визнання торговельної марки «УЗ, комб.» добре відомою в Україні.

Представники подавця заяви – Гайдук В. В., Ахтімірова М. Г.

Заява Акціонерного товариства «Українська залізниця» (далі – АТ «Укрзалізниця», подавець заяви) про визнання торговельної марки «УЗ, комб.» добре відомою в Україні подана до Апеляційної палати 11.02.2026 на підставі пункту 1 статті 25 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (далі – Закон).

Подавець заяви – АТ «Укрзалізниця», просить визнати торговельну марку «УЗ, комб.» добре відомою в Україні відносно товарів 12 класу Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків (далі – МКТП): «вагони залізничні; вагони спальні; вагони-ресторани; вагони-рефрижератори залізничні; рухомий склад залізничний», товару 16 класу МКТП: «залізничні квитки», послуг 39 класу МКТП: «забезпечування інформацією щодо напрямків руху на потреби подорожуючих; залізничне перевезення; замовляння квитків для

подорожей; захищене перевезення цінностей; інформування про рух транспорту; логістика транспортна; пасажирське перевезення; перевезення; перевезення подорожуючих; перевезення вантажу» станом на 01 вересня 2024 року.

Вимоги подавця заяви ґрунтуються на таких відомостях.

АТ «Укрзалізниця» – найбільша інфраструктурно-транспортна компанія України та відповідно до висновку Антимонопольного комітету України є природним монополістом у сфері залізничних перевезень та внесена до Реєстру природних монополій України. Заявник є юридичною особою, що утворена відповідно до Закону України «Про особливості утворення акціонерного товариства залізничного транспорту загального користування», постанови Кабінету Міністрів України від 25.06.2014 № 200 «Про утворення публічного акціонерного товариства «Українська залізниця».

Безпосередньо свою господарську діяльність заявник розпочав 01 грудня 2015 року та здійснює централізоване управління процесом перевезень у внутрішньому й міждержавному сполученнях та регулює виробничо-господарську діяльність залізниць. На сьогодні до структури АТ «Укрзалізниця», крім апарату управління, входить 41 філія, серед яких філії «Центр сервісного забезпечення», «Головний інформаційно-обчислювальний центр», «Пасажирська компанія», «Вокзальна компанія», «Термінальний оператор», «Оператор припортових станцій», «Приміська пасажирська компанія», «УЗ Вагон-сервіс», «Центр транспортного сервісу «Ліски»», діяльність яких безпосередньо спрямована на надання послуг споживачам, та 6 регіональних філій.

Відповідно до Статуту АТ «Укрзалізниця», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 02.09.2015 № 735, метою діяльності товариства є задоволення потреб держави, юридичних і фізичних осіб у безпечних та якісних залізничних перевезеннях у внутрішньому та міжнародному сполученні, роботах і послугах, що виконує та надає товариство, забезпечення ефективного функціонування та розвитку залізничного транспорту, створення умов для підвищення конкурентоспроможності транспортної галузі. Предметом діяльності заявника, зокрема, є надання послуг з перевезення пасажирів, вантажів, багажу, вантажобагажу і пошти залізничним транспортом у внутрішньому та міжнародному сполученні, надання послуг з доступу до інфраструктури залізничного транспорту та інших послуг, пов’язаних із використанням об’єктів інфраструктури, надання транспортно-експедиторських послуг, організація перевезень залізничним транспортом, організація групових або індивідуальних відправлень вантажів, виробництво, експлуатація, модернізація, деповський, капітальний, поточний та інші види ремонту, технічне обслуговування з відчепленням і надання послуг з технічного обслуговування залізничного рухомого складу, контейнерів і технічних засобів, що експлуатуються на залізничному транспорті, продаж проїзних документів, виконання робіт та надання послуг з обслуговування пасажирів на станціях, вокзалах і в пасажирських поїздах, виконання робіт з утримання та експлуатації вокзальних комплексів, надання послуг з використання вокзалів тощо.

В АТ «Укрзалізниця» перебуває шість залізниць: Донецька, Львівська, Одеська, Придніпровська, Південна, Південно-Західна, які є його регіональними філіями.

Подавець заяви є власником бренду «УЗ, комб.», який є поєднанням двох літер «УЗ» і образу рухомого локомотива в кольорі індиго. Зазначена торговельна марка представлена на ринку України в сегменті надання транспортних послуг з перевезення, логістичних послуг та цифрових технологій, пов'язаних із транспортною інфраструктурою, та використовується на пов'язаних з перевезеннями засобах і товарах.

Загалом щороку українська залізниця перевозить близько 70 мільйонів пасажирів різного віку. За 6 років (2018-2023) залізничним транспортом скористалося більше 580 мільйонів пасажирів. Окрему частину фактичних споживачів послуг заявника становлять діти, дитяча залізниця приймає понад 100 тисяч відвідувачів на рік. З початку повномасштабного російського вторгнення в Україну залізниця стала шляхом евакуації для мільйонів українців, доставки гуманітарних вантажів тощо.

Подавцем заяви у партнерстві з Mastercard у серпні 2022 року запущено мобільний застосунок з продажу залізничних квитків, який станом на серпень 2025 року налічував 5 млн авторизованих користувачів. Крім того, в Україні налічується 256 залізничних кас продажу проїзних документів, де можна придбати квитки безпосередньо через операторів продажу. У забезпеченні каналів розповсюдження залізничних квитків беруть участь також агентські мережі продажу, такі як: «proizd.ua», «tickets.ua», «bilet.privatbank.ua», «e-kvytok.kiev.ua», «bilet-ua.com», «kiyavia.com», «poezd.ua», «EuroPodorozh», «booking.uz.gov.ua», «Visit Ukraine», «RailwayBot». АТ «Укрзалізниця» є власником сайту https://www.uz.gov.ua, сторінок у соціальних мережах «Instagram», «Facebook», «X», «TikTok», «YouTube», сторінок у мобільних месенджерах «Telegram», «WhatsApp», «Viber», які мають значну кількість підписників та користувачів.

У рамках спільних промоцій і кампаній подавець заяви співпрацює в Україні з найбільшими транспортними платформами Bolt, Uklon та такими суб'єктами господарювання, як Укрпошта, Київстар, Водафон. Крім того, АТ «Укрзалізниця» у рамках розвитку міжнародного співробітництва налічує таких міжнародних партнерів з вантажних перевезень та модернізації залізниці: холдинг АТ «ПКП» (Республіка Польща), АТ «ЖСР» (Словацька залізниця), ЗАТ «МАВ» (Угорська залізниця), АТ «ЧФР» (Румунська залізниця), АТ «ЧФМ» (Молдовська залізниця), у рамках якого укладено міжнародні договори щодо організації міжнародних перевезень з 18 перевізниками Республіки Польща, 8 перевізниками Словацької Республіки, 11 перевізниками Угорщини, 8 перевізниками Румунії, 1 перевізником Молдови та 1 перевізником на морській ділянці, а також укладені договори з найбільшою вагонною компанією Європи Deutsche Bahn (Німеччина), німецькою логістичною компанією VTG, Європейським агентством залізниць (ERA), оператором залізничної інфраструктури Іспанії Adif, американським концерном General Electric.

Зважаючи на те, що стабільна робота залізничної системи є критично важливою для України, подавець заяви є активним учасником та замовником державних закупівель через систему ProZorro і з цією метою створено портал постачальника, де сконцентрована уся інформація стосовно проведення закупівель АТ «Укрзалізниця».

Торговельна марка «УЗ, комб.» використовується подавцем заяви на всій території України з 2018 року шляхом нанесення на рухомий склад, об'єкти інфраструктури, розклади руху поїздів на вокзалах та зупинних пунктах, а також під час здійснення безпосереднього продажу квитків, сувенірної продукції та надання сервісних послуг пасажирам. Зазначена торговельна марка постійно використовується у супровідних документах як частина комерційної ідентифікації, що асоціюється з сервісом залізничних перевезень, які надає АТ «Укрзалізниця». Невід'ємною частиною корпоративної ідентифікації, розпізнавання персоналу залізниці, а також для формування корпоративного стилю використовуються знаки відрізнення АТ «Укрзалізниця» (шеврони, емблеми, посвідчення тощо). Шеврони та емблеми використовуються на форменому та робочому одязі працівників АТ «Укрзалізниця», дитячій формі залізничників, формі воєнізованої охорони, що дозволяє пасажирам та іншим службам швидко впізнавати торговельну марку заявника. Торговельна марка «УЗ, комб.» використовується під час оформлення екстер'єрів та інтер'єрів рухомого складу і розміщується по центру щодо передньої частини локомотива, піктограма торговельної марки на довжину вагона розміщується на боковій частині пасажирського вагона та по центру вагона, на швидкісних поїздах – на зовнішній стороні щодо дверей вагона та на локомотиві поряд з рескриптом «Інтерсіті», на бокових частинах вантажних напіввагонів, вантажних платформах, вантажних вагонах-хоперах для зерна та цистернах для бензину і нафтопродуктів, на підголовниках – у швидкісних поїздах, на шторах та постільній білизні – в поїздах далекого сполучення, у рекламі у вагонах (брендування, плакати, монітори тощо).

Також торговельна марка «УЗ, комб.» висвітлюється у засобах масової інформації, таких як Економічна правда, УНІАН, Радіо Свобода, Укрінформ, Главком, Вечірній Київ, Reil.Insider, Lb.ua, у телевізійних проєктах ТСН, Суспільне, Сніданок 1+1, Еспресо TV, 24 канал, Телекомпанія ДІМ, Hromadske тощо. Така постійна візуальна й інформаційна активність забезпечує сталість бренду в сприйнятті споживачів і підсилює його впізнаваність.

Подавець заяви вважає, що торговельна марка «УЗ, комб.» має високий ступінь відомості та високий рівень впізнання у відповідному секторі суспільства, а саме охоплює як фактичних, так і потенційних споживачів, фахівців і осіб, які займаються безпосереднім наданням послуг (агенти з продажу проїзних квитків, особи, що обслуговують рухомий склад залізниці, машиністи, провідники (стюарди) тощо), а також ділові кола, які дотичні до діяльності заявника.

В якості доказів та на підтвердження своїх доводів про добру відомість в Україні торговельної марки «УЗ, комб.» разом із заявою (Вх. від 11.02.2026 № 1196-08/2026) надані такі документальні відомості:

1) копія Звіту про результати дослідження ринку перевезення вантажів залізничним транспортом за 2017-2018 роки, схваленого Антимонопольним комітетом України 17 січня 2019 року, протокол № 2;

2) роздруківка з Реєстру природних монополій України;

3) копія довідки з ЄДР/You Control;

4) копія довідки з ЄДР/Опендатабот;

5) копія карти залізничної мережі України;

6) копія статті «Укрзалізниця – найбільша інфраструктурно-транспортна компанія України;

7) копія переліку відокремлених підрозділів АТ «Укрзалізниця»;

8) копія статті «Організація співробітництва залізниць»;

9) копія статті «Міжнародний Союз Залізниць»;

10) копія статті «Міжнародний комітет залізничного транспорту»;

11) копія статті «Об'єднання юридичних осіб «Міжнародна асоціація «Транскаспійський міжнародний транспортний маршрут»»»;

12) копія статті «Форум залізниць Європи»;

13) копія статті «Співтовариство Європейських залізниць та інфраструктурних компаній»;

14) копія статті «Двостороннє співробітництво»;

15) копія статті «Дитяча залізниця України»;

16) копія статті «Київська дитяча залізниця»;

17) копія статті «Львівська дитяча залізниця»;

18) копія статті «Рівненська дитяча залізниця»;

19) копія статті «Дніпровська дитяча залізниця»;

20) скриншот сторінки сайту з інформацією про навчання на дитячій залізниці;

21) копія статті «Київська дитяча залізниця запускає «Полярний експрес» до новорічних свят»;

22) копія статті «Полярний експрес» на Київській дитячій залізниці запустять 21 грудня. Це відкриття зимового сезону»;

23) фотографії заходів на дитячій залізниці;

24) копія статті «Медичний евакуаційний поїзд вперше показала Укрзалізниця».

25) копія статті «Безбар'єрна залізниця: від застарілої інфраструктури до сучасних інклюзивних рішень»;

26) фото облаштованих АТ «Укрзалізниця» пунктів незламності;

27) копія статті «На головному вокзалі країни відкрилася найбільша дитяча точка «Спільно» від ЮНІСЕФ»;

28) копія статті «Укрзалізниця запускає перший у світі Food Train»;

29) копія статті «ЛУН Місто спільно з Укрзалізницею запустили Мапу безбар'єрності вокзалів»;

30) копія статті «Залізна Родина – простір допомоги залізничникам, які постраждали від російських окупантів»;

31) копія статті «Залізна Зміна – проєкт розвитку талановитої молоді України»;

32) копія статті «У новому логотипі Укрзалізниці відображений схематичний локомотив»;

33) копія протоколу засідання правління АТ «Укрзалізниця» від 12.09.2019;

34) копія «Гайдлайн. Керівництво з використання елементів фірмового стилю АТ «Укрзалізниця» за 2019 рік»;

35) копія статистичного збірника Державної служби статистики України «Транспорт України 2023»;

36) довідка Південно-західної залізниці з фотографіями;

37) довідка Придніпровської залізниці з фотографіями;

38) довідка Південної залізниці з фотографіями;

39) довідка Львівської залізниці з фотографіями;

40) копія статті «Загальна інформація про Укрзалізницю»;

41) копія статті «Українською залізницею з початку вторгнення РФ скористалися 300 іноземних делегацій»;

42) копія статті про запуск мобільного застосунку АТ «Укрзалізниця»;

43) копія статті з соціальної сторінки «Facebook» «Перетнули позначку у 2,5 млн користувачів застосунку Укрзалізниці! – Укрзалізниця»;

44) копія статті з соціальної сторінки «Facebook» «Святкуємо неймовірну віху – мобільний застосунок Укрзалізниці»;

45) звіт про кількість та вартість проданих ЕПД/ППД за період: 2020-2024 роки;

46) скриншоти з інформацією про сторінки АТ «Укрзалізниця» у соціальних мережах;

47) довідка сервісу WHOIS;

48) аналітична довідка сервісу Analytics;

49) скриншот «Укрзалізниця: квитки на потяг» – Додатки в Google Play»;

50) скриншот «Застосунок Укрзалізниця: квитки на потяг» – App Store;

51) скриншоти з соціальної мережі «Instagram» з кількістю вподобань;

52) відомості про кількість відео та каналів за хештегом #укрзалізниця – YouTube #укрзалізниця;

53) скриншоти відеороликів з YouTube;

54) скриншот статті «Українські залізничники продемонстрували сміливість і міцність у захисті нашої держави»;

55) копія статті «Країна супергероїв. Дякуємо залізничникам!»;

56) копія статті «Героїчні професії. Залізні люди»: Укрпошта представляє поштовий блок, присвячений залізничникам»;

57) копія статті «Блок «Героїчні професії. Залізні люди»;

58) скриншот зі сторінки «YouTube» «Потяг до життя – офіційний трейлер (український)»;

59) копія статті «Справжні історії справжніх людей: у Києві презентували фільм про залізничників «Потяг до життя»;

60) скриншот зі сторінки «YouTube» «Залізні люди»: документальний фільм;

61) скриншот зі сторінки «YouTube» «Потяг/Поїзд «Київ – Війна»»;

62) скриншот зі сторінки «YouTube» «Поїзд «Київ – Війна»»;

63) копія статті «Книга «Залізна евакуація» – Андрій Пермяков»;

64) копія статті «Книга залізна евакуація»;

65) копія статті «Книга Потяг прибуває за розкладом. Історії людей і залізниці» – Марічка Паплаускайте;

66) скриншот обкладинки книги «Потяг прибуває за розкладом. Історії людей і залізниці, Марічка Паплаускайте – купити за низькою ціною в Україні»;

67) скриншот обкладинки книги «Залізницею додому, Мар'яна Савка, Марта Кошулінська – купити за низькою ціною в Україні»;

68) копія статті «Залізницею додому Мар'яна Савка купити у ВСЛ»;

69) копія статті «Українська залізниця отримає нагороду «Чемпіон залізниці 2023 року»»;

70) копія статті ««Потяг до Перемоги» від «Укрзалізниці» виграв European Excellence Awards.»;

71) скриншот з соціальної мережі «Facebook» «Потяг до Перемоги виграв... – Укрзалізниця – Ukrzaliznytsia»;

72) копія статті «Залізно до Перемоги – Премія HR-бренд Україна»;

73) копія статті «Укрзалізниця стала номінантом премії HR-бренд»;

74) копія статті «УЗ отримала нагороди у категоріях Effie Awards Ukraine 2023»;

75) копія статті «Effie Awards Ukraine 2023. Транспортні перевезення та логістика»;

76) копія статті «Effie Awards Ukraine 2023. Малобюджетні кампанії. Бойовий чай: мільйони чайових на армію дронів»;

77) копія статті «Effie Awards Ukraine 2023. Фіналіст. Positive Change – Social Good: PEACE. NEW»;

78) копія статті «Effie Awards Ukraine 2023. Фіналіст. Crisis Response/ Critical Pivot Positive Change – Social Good: PEACE. NEW»;

79) копія статті «Фіналіст. Запуск нового продукту/послуги в сфері Commerce & Shopper»;

80) копія статті «Укрзалізниця серед переможців конкурсу маркетингових проєктів X-RAY»;

81) скриншоти зображень форменого та робочого одягу залізничників;

82) скриншот «Укрзалізниця – Графік роботи кас»;

83) скриншот «Карта відкритих кас Укрзалізниці»;

84) скриншот статті «Основні показники АТ «Укрзалізниця» в частині закупівель»;

85) копія статті «Олексій Кулеба нагородив постачальників, які зміцнюють залізничну галузь – Новини – Міністерство розвитку гром.»;

86) копія статті «Укрзалізниця зібрала понад 150 компаній на другу конференцію для постачальників»;

87) копія статті «Оренда вагонів на офіційному майданчику системи ProZorro.Sale – test.uub.com.ua.»;

88) копія статті ««Укрзалізниця» підписала із НАБУ меморандум про співробітництво»;

89) копія статті «НАЗК та Укрзалізниця підписали меморандум про співпрацю в розбудові культури доброчесності»;

90) копія статті «МОН і Укрзалізниця підписали меморандум про співпрацю – Освіта»;

91) копія статті «ДУ «КАІ» та Укрзалізниця підписали меморандум про партнерство»;

92) копія статті «Укрзалізниця та Львівська політехніка підписали меморандум про партнерство»;

93) копія статті «УкрДУЗТ та Укрзалізниця підписали меморандум про стратегічне партнерство»;

94) копія статті «Укрзалізниця та УСПП підписали меморандум про співпрацю»;

95) копія статті «АТ «Укрзалізниця» та ICC Ukraine підписали Меморандум про партнерство та співробітництво – ICC Ukraine»;

96) копія статті «Європейські партнери спрямують €54 мільйони на Укрзалізницю»;

97) копія статті «ЄІБ, банк ЄС та Укрзалізниця уклали грантову угоду на 6,7 млн євро – Суспільне Новини»;

98) копія статті «Відновлення та трансформація українських залізниць для кращого майбутнього»;

99) копія статті «Meet&Greet – преміальний сервіс для подорожей залізницею від UKRSIBBANK та Mastercard®»;

100) копія статті «Зручні послуги на Київському залізничному вокзалі з Mastercard World Elite»;

101) скриншот з соціальної мережі «Facebook» «UGB Ukrgasbank – Відчуйте новий рівень комфорту на Київському вокзалі»;

102) копія статті «Visit Ukraine – Как работает услуга Meet & Greet в Киеве: удобный старт вашего путешествия»;

103) копія статті «Скористайтеся послугою Міт&Гріт з картками Mastercard® World Elite та World Black Edition на київському залізничному вокзалі»;

104) копія статті «Business & Family Lounge від Укрзалізниці – АТ «Укрексімбанк»;

105) копія статті «Скористайтесь безкоштовним доступом до лаунжу на Центральному залізничному вокзалі/Райффайзен Банк»;

106) копія статті «Які умови користування Business & Family Lounge від Укрзалізниці для карток МПС Visa? – Sense Bank»;

107) копія статті «Очікуйте на подорож Укрзалізницею комфортно!»;

108) копія статті «Sense Bank долучився до проєкту Укрзалізниці «Залізна зміна»;

109) копія статті «Ощадбанк відкрив інклюзивне відділення на центральному залізничному вокзалі Києва | Ощадбанк»;

110) копія статті «Bolt – знижки на поїздки і транспорт/Visa»;

111) скриншот з соціальної мережі «Facebook» «Uklon – дає знижки на поїздки різними класами»;

112) копія статті «Півтора року співпраці Укрпошти та Укрзалізниці: перевезено ≈15 млн відправлень та виплачено ≈170 млн грн евакуйованим»;

113) роздруківка «Перелік перевізників, з якими укладено договори щодо організації міжнародних перевезень»;

114) копія статті «Про перспективи співпраці «Укрзалізниці» з Deutsche Bahn – Центр транспортних стратегій»;

115) копія статті «Укрзалізниця підписала меморандум з німецькою компанією VTG GmbH/LIGA.net.»;

116) скриншот з соціальної мережі «Facebook» «Укрзалізниця та Європейське агентство залізниць (ERA) підписали меморандум»;

117) копія статті ««Укрзалізниця» підписала мільярдну угоду з General Electric»;

118) копія переліку партнерів Укрзалізниці в програмі «Залізні друзі»;

119) скриншоти мобільного застосунку з переліком партнерів програми «Залізні друзі»;

120) скриншоти об’єктів інфраструктури АТ «Укрзалізниця»;

121) фотографії рухомого складу;

122) фотографії розкладу руху поїздів;

123) фотографії мерчшопу «Залізна крамниця»;

124) роздруківка показників вантажних перевезень;

125) довідка щодо обсягів вантажних перевезень;

126) довідка Одеської залізниці щодо кількості вокзалів (пасажирських будівель), залізничних станцій;

127) довідка Донецької залізниці щодо кількості вокзалів (пасажирських будівель), залізничних станцій;

128) скриншот з соціальної мережі «Facebook» «Найактивніші залізничні вокзали 2019 року»;

129) копія статті «5 найбільш завантажених вокзалів в Україні за 2019-й – The Village Україна»;

130) скриншот «Найбільш завантажені вокзали»;

131) роздруківка статистичних даних по АТ «Укрзалізниця» за 2023-2024 роки/Міністерство розвитку громад та територій України;

132) скриншоти форми бланку Укрзалізниці та бейджика працівника Укрзалізниці;

133) зразок листа АТ «Укрзалізниця»;

134) копія зразка договору про надання послуг з організації перевезень вантажів залізничним транспортом;

135) форма договору про надання послуг з організації перевезення вантажів залізничним транспортом станом на 01.06.2024;

136) скриншот «Блокнот Нова ліврея УЗ біло-синя».

137) скриншот «Блокнот Нова ліврея УЗ синьо-біла»;

138) фотографія розкладу руху поїздів;

139) фотографія свідоцтва Київської дитячої залізниці;

140) копія статті «Паспорт мандрівника Укрзалізниця для дорослих та дітей – що це, як придбати»;

141) копія статті «Укрзалізниця оновила бланк електронного квитка на поїзди до Польщі – Головне за день – ТРК ПЕРШИЙ ЗАХІДНИЙ»;

142) зразок квитка АТ «Укрзалізниця»;

143) фотографія оголошення дитячої залізниці про набір на 2024-2025 навчальні роки;

144) скриншот зі зразком бейджика провідника поїзда АТ «Укрзалізниця»;

145) копія статті «Товари для залізничників від ua_rail_store»;

146) скриншот шеврону «Герб України»;

147) скриншот погон «Провідник поїзда»;

148) скриншот погон «Начальник поїзда»;

149) фотографія форми від Олександра Камишина;

150) скриншот шеврона «Пасажирська Компанія»;

151) фотографія дитячої форми залізничника;

152) скриншот форми залізничника;

153) скриншоти фотографій з вебсторінок з використанням торговельної марки в екстер’єрі поїздів;

154) скриншот вебпорталів заявника;

155) скриншоти з прикладами таргетованої реклами;

156) копія статті ««Залізні друзі»: Укрзалізниця запускає програму лояльності для пасажирів – Урядовий Кур’єр»;

157) копія статті ««Залізні обіймашки»: як обміняти поїздки на бонуси?»;

158) копія статті «Запрошуємо до кола Залізних друзів!»;

159) копія статті «Отримуйте призи за мандрівки залізницею/Mastercard Україна»;

160) скриншот з соціальної мережі «Facebook» «Укрзалізниця з Mastercard дарують можливість виграти подорож на двох за оплату квитків у застосунку!»;

161) скриншот упаковки «Залізничний чай – Mol’far EKO»;

162) скриншот упаковки кави АТ «Укрзалізниця»;

163) копія статті «Брауні, печиво та пряники: солодощі для Укрзалізниці»;

164) зображення кави, що продається у потягах АТ «Укрзалізниця»;

165) фото провідниці АТ «Укрзалізниця» з чаєм;

166) копія статті «У потягах Укрзалізниці оновили меню: чим дивуватимуть пасажирів (фоторепортаж, відео)»;

167) скриншот товарів «Залізна крамниця»;

168) копія статті «В Києві на залізничному вокзалі відкрили перший мерч-шоп Укрзалізниці»;

169) копія статті «Залізна крамниця у Львові»;

170) копія статті «Всі.Свої та Залізна крамниця розширюють можливості українських брендів»;

171) копія статті «В Ірпені відкрили «Залізне містечко» для тих, хто залишився без житла внаслідок російської агресії»;

172) копія статті «Укрзалізниця відкрила «Залізне містечко» для людей, які втратили домівки в Ірпені»;

173) роздруківка статті з вільної енциклопедії «Вікіпедія» з інформацією про футбольний клуб Локомотив;

174) копія статті «Укрзалізниця відновила залізничний стадіон у Солом'янському районі Києва»;

175) копія статті «На залізничному вокзалі Києва відкрили дитячий простір з вігвамом, футболом і мінівагоном»;

176) копія статті «Укрзалізниця й фонд Говарда Баффета створили перший у світі потяг-кухню»;

177) копія статті «The Village Україна»: Укрзалізниця й фонд Говарда Баффета створили перший у світі автономний потяг-кухню»;

178) копія статті «Укрзалізниця запускає у Києві експрес для закоханих «Потяг до тебе»»;

179) копія статті ««Суспільне Київ»: У Києві до Дня закоханих курсуватиме романтичний «Потяг до тебе»»;

180) копія статті ««Суспільне Київ»: У Києві напередодні Різдва і Нового року на вихідних курсуватиме «Різдвяний експрес»»;

181) копія статті у соціальній мережі «Facebook» «Укрзалізниця вдруге запустила поїзд «Поїзд Єднання»;

182) копія статті «Суспільне Київ»: «Укрзалізниця створить інклюзивний вагон для перевезення груп пасажирів на колісних кріслах»;

183) копія статті «The Village Україна»: «Укрзалізниця й ЛУН Місто створили мапу безбар'єрності вокзалів»;

184) скриншот статті «Пункти незламності розгорнули на 92 залізничних вокзалах України»;

185) копія статті «Ремонтні заводи Укрзалізниці у 2023-2024 роках»;

186) копія статті «Укрзалізниця отримала ще три нові вагони»;

187) копія статті «Український пасажирський вагон сьогодні та в майбутньому – необхідно приймати рішення»;

188) копія статті «Почалось випробування нового плацкартного вагону для Укрзалізниці»;

189) копія статті «Укрзалізниця спільно з ЮНІСЕФ відправила з Львівщини в рейс свій перший дитячий вагон»;

190) скриншоти дописів з соціальної мережі «Instagram» стосовно модернізації рухомого складу;

191) копія статті «Укрзалізниця вперше продемонструвала медичний евакуаційний поїзд»;

192) копія статті «На вокзалі в Києві з’явилась інсталяція для збору коштів на порятунок немовлят»;

193) копія статті у соціальній мережі «Facebook» «Замовляйте «Бойовий чай» у поїздах та донатьте на кейсеваки для ЗСУ»;

194) копія статті «Об’єднались та запустили проєкт Light for Ukraine «Засвітимо Україну»»;

195) скриншот з соціальної мережі «Instagram» «Іміджевий ролик до Дня залізничника»;

196) скриншот зі сторінки «YouTube» «Свята за розкладом. Укрзалізниця»;

197) скриншот зі сторінки «YouTube» «Медичні поїзди Укрзалізниці»;

198) скриншот зі сторінки YouTube «Укрзалізниця: два роки у повномасштабній війні»;

199) скриншот зі сторінки YouTube «День постачальника УЗ – 2024 (26.03.2024)»;

200) копія статті «Укрзалізниця розпочинає масштабну програму «Залізна українізація»».

201) копія статті з вільної енциклопедії «Вікіпедія» «Залізна дипломатія»;

202) копія статті «Укрзалізниця інтегрувала Дію у свій застосунок: тепер придбати квиток Київ – Варшава чи оформити повернення онлайн можна лише з Дія.Підписом»;

203) копія статті «Потяг до перемоги – в Україні курсує особливий поїзд – фото»;

204) скриншот з соціальної мережі «Instagram» ««Залізна зміна» – новий соціально-освітній проєкт».

205) копія статті ««ЮрФем» та Укрзалізниця запустили спільну кампанію щодо протидії сексуальним домаганням»;

206) копія статті ««Літні пригоди без шкоди»: ЮНІСЕФ, ДСНС та Укрзалізниця вчать підлітків безпечної поведінки»;

207) роздруківка статті з вільної енциклопедії «Вікіпедія» «Ukraine WOW»;

208) копія статті ««Обличчя нових громад»: у Києві відкрили фотовиставку»;

209) копія статті «На залізничному вокзалі столиці відкрилася фотовиставка «Київ – незламне серце Європи»;

210) копія статті «У Харкові відкрилася фотовиставка Яна Доброносова, присвячена війні»

211) копія статті «На київському вокзалі відкриють виставку «Зірка сходить»».

У засіданні 26.05.2026 представником подавця заяви заявлено усне клопотання про уточнення та скорочення переліку товарів і послуг щодо яких подавець заяви просить визнати торговельну марку «УЗ, комб.» добре відомою в Україні до таких: товар 16 класу МКТП – «залізничні квитки», послуги 39 класу МКТП – «забезпечування інформацією щодо напрямків руху залізничного транспорту на потреби подорожуючих; залізничне перевезення; інформування про рух залізничного транспорту».

Колегія Апеляційної палати всебічно та в повному обсязі дослідила документи, надані подавцем заяви як докази для підтвердження наявності факторів, що можуть впливати на визнання торговельної марки «УЗ, комб.» добре відомою в Україні станом на 01 вересня 2024 року, заслухала пояснення представників заявника та зазначає таке.

Відповідно до статті 25 Закону, охорона прав на добре відому торговельну марку здійснюється згідно зі статтею 6 bis Паризької конвенції про охорону промислової власності та цим Законом.

При визначенні того, чи є торговельна марка добре відомою в Україні, можуть розглядатися, зокрема, такі фактори, якщо вони є доречними:

ступінь відомості чи визнання торговельної марки у відповідному секторі суспільства;

тривалість, обсяг та географічний район будь-якого використання торговельної марки;

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

тривалість та географічний район будь-яких реєстрацій та/або заявок на реєстрацію торговельної марки за умови, що торговельна марка використовується чи є визнаною;

свідчення успішного відстоювання прав на торговельну марку, зокрема територія, на якій торговельну марку визнано добре відомою компетентними органами;

цінність, що асоціюється з торговельною маркою.

Згідно зі статтею 2 Спільної рекомендації відносно положень про охорону добре відомих знаків, що прийнята Генеральною Асамблеєю Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ) на 34-й сесії засідань Асамблей держав-членів ВОІВ 20-29.09.1999 (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 «УЗ, комб.» добре відомою в Україні станом на 01 вересня 2024 року, колегією Апеляційної палати були розглянуті та взяті до уваги, зокрема, такі фактори.

**1. Ступінь відомості чи визнання торговельної марки у відповідному секторі суспільства**

Зважаючи на положення параграфу 2 (а) статті 2 Рекомендації щодо визначення доречного сектору суспільства, в якому знак є добре відомим, фактичними та потенційними споживачами товару 16 класу МКТП та послуг 39 класу МКТП відносно яких торговельна марка «УЗ, комб.» визнається добре

відомою в Україні, є практично всі верстви населення України (громадяни, які користуються міжміськими та приміськими поїздами у повсякденному житті та з метою туризму/подорожей; пенсіонери, студенти, військовослужбовці, для яких залізничний транспорт є найдоступнішим або єдиним способом пересування; пасажири, які користуються швидкісними поїздами для ділових поїздок тощо), бізнес-спільнота (аграрії, металурги, будівельні компанії, які критично залежать від вантажних залізничних перевезень для логістики сировини та товарів), фахівці та особи, які займаються безпосереднім наданням цього виду послуг (агенти з продажу проїзних квитків, особи, що обслуговують рухомий склад залізниці, машиністи, провідники тощо).

На підтвердження високого ступеня відомості торговельної марки «УЗ, комб.» серед доречного кола споживачів подавцем заяви надано Статистичний збірник «Транспорт України 2023», підготовлений Державною службою статистики України в 2024 році. Згідно з наданими відомостями у період з 2018 по 2023 рік залізничним транспортом (далеке та приміське сполучення) скористалося більше 580 мільйонів пасажирів.

Окрему частину фактичних споживачів послуг заявника становлять діти. Дитяча залізниця приймає понад 100 тисяч відвідувачів на рік. Згідно з наданими подавцем заяви довідками у період з 2019 по 2024 рік кількість проданих квитків на Львівську дитячу залізницю становила 117 521 тис., на Рівненську дитячу залізницю – 74 546 тис., на Південну дитячу залізницю – 23 427 тис., на Південно-Західну дитячу залізницю – 275 944 тис., на Дніпровську дитячу залізницю – 58 312 тис.

Крім того, з початку повномасштабного російського вторгнення в Україну залізниця стала шляхом евакуації для більше ніж 4 мільйонів українців, використовувалася для доставки гуманітарних вантажів, реалізації дипломатичних відносин. Послугами залізниці з березня 2022 року по лютий 2023 року скористалися понад 300 іноземних делегацій, а загалом станом на кінець 2024 року залізницею України перевезено 885 дипломатичних делегацій.

Подавець заяви є власником сайту https://www.uz.gov.ua, згідно з аналітикою сервісу Analytics за місяць вказаний сайт відвідує близько 569 469 користувачів, а сайт з продажу квитків – 693 351 користувачів.

Про високий ступінь визнання торговельної марки «УЗ, комб.» у суспільстві також свідчать відгуки та оцінки користувачів мобільного застосунку АТ «Укрзалізниця». Так, згідно з даними и застосунку Google Play користувачами надано 116 тис. відгуків стосовно мобільного застосунку заявника із середньою оцінкою 4,7 та App Store – 221 тис. відгуків із середньою оцінкою 4,9.

Також поширення відомостей про діяльність АТ «Укрзалізниця» з використанням торговельної марки «УЗ, комб.» здійснюється у соціальних мережах «Instagram» (кількість підписників становить 87,3 тис.), «Facebook» (кількість підписників – 167 245), «Telegram» (кількість підписників – 224 388), «TikTok» (кількість підписників – 66 174), «Viber» (кількість підписників –

90 416), «WhatsApp» (кількість підписників – 12 322), «X» (кількість підписників – 16 816), «YouTube» (кількість підписників – 5 077).

Зокрема, на сервісі «YouTube» були розміщені ролики, які в той чи інший спосіб інформували споживачів про торговельну марку «УЗ, комб.»:

«Залізні люди! Секрети Укрзалізниці: перші дні війни, потяг до Криму та корупція/як це працює» від 16.07.2024 (89 059 переглядів);

«Укрзалізниця: історія створення та найкращі маршрути в 2023» від 03.08.2023 (22 439 переглядів);

«Як виглядають модернізовані СВ-вагони Укрзалізниці» від 02.12.2020 (15 123 переглядів);

«Купе-люкс на двох подорожуючих! Мандруємо з #укрзалізниця! Україна 2023» від 10.08.2023 (34 000 переглядів);

«В Укрзалізниці запустили програму для мобільних телефонів», від 11.08.2022 (1 400 переглядів);

«Дитячі вагони від «Укрзалізниці»! Що це і для кого?» від 02.08.2024 (2 400 переглядів);

«Як війна змінила Укрзалізницю – Олександр Перцовський, Віра Платонова/Точка (без)контакту» від 22.12.2022 (115 000 переглядів);

«Укрзалізниця: як найбільша компанія України бореться з перекупами, брудною білизною та радянщиною?» від 21.02.2025 (320 525 переглядів).

До того ж з нагоди державного свята «Дня залізничника» Національним банком України випущена пам’ятна монета «Країна супергероїв. Дякуємо залізничникам!», на реверсі якої зображено поїзд, стилізований торговельною маркою «УЗ, комб.».

Укрпоштою випущено поштовий блок «Героїчні професії. Залізні люди», що відображає обстріляний поїзд № 109 Херсон-Львів, який 03 травня 2023 року з невеликим запізненням вирушив зі станції Херсон, а вже 04 травня 2023 року за графіком прибув до Львова. Передня частина цього локомотива, як і усі інші, маркована торговельною маркою «УЗ, комб.». Тираж поштового блоку складає 150 000 екземплярів.

Про роботу української залізниці випущено чотири кінострічки, які містять епізоди, де висвітлюється торговельна марка «УЗ, комб.»:

документальний фільм «Потяг до життя», офіційний трейлер вийшов 19.10.2024 і зібрав 15 635 переглядів. З 14 листопада 2024 року для широкого загалу фільм транслювався у кінотеатрах Планети Кіно;

документальний фільм «Залізні люди», який транслювався на телеканалі «Дім» 25.01.2023, зібрав 25 963 переглядів;

серіал «Потяг». Прем’єра відбулася на телеканалі «Дім» 18.05.2024 (28 540 переглядів), а також на платформах Megogo, Київстар ТБ, Sweet TV, YuoTV, OTT Club, Ukrainske TV;

документальний фільм «Поїзд Київ-війна», прем’єра відбулася 11.10.2019 (14 531 перегляд).

Крім того, подавця заяви неодноразово було відзначено нагородами, зокрема, 31.01.2023 European Railway у Брюсселі присуджено титул

«Залізничний чемпіон року» за продовження надання транспортних послуг у воєнні часи, 08.12.2023 у Берліні проєкт «Потяг до Перемоги» здобув престижну нагороду European Excellence Awards 2023 у категорії «Транспорт і логістика», у 2023 році проєкт «Залізно до Перемоги» визнано героїчним брендом та присуджено Премію HR-бренд Україна.

З огляду на зазначене, колегія Апеляційної палати вважає, що подавцем заяви доведено факт доброї відомості торговельної марки «УЗ, комб.» доречному колу споживачів на території України та визнання її у відповідному секторі суспільства відносно заявлених товарів і послуг станом на 01 вересня 2024 року.

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

Надані подавцем заяви документи містять відомості про те, що останній здійснює свою комерційну діяльність під торговельною маркою «УЗ» з 1999 року. Ребрендована торговельна марка «УЗ, комб.» використовується на всій території України з 2018 року шляхом нанесення на рухомий склад, об'єкти інфраструктури, розклади руху поїздів на вокзалах та зупинних пунктах, а також при здійсненні безпосереднього продажу квитків, сувенірної продукції та наданні сервісних послуг пасажирам.

Українська залізниця охоплює всю територію України, довжина якої складає близько 24 000 км.

АТ «Укрзалізниця» за період з 2018 по 2023 рік перевезено 580 млн пасажирів та 1 555 млн тонн вантажів.

Наразі під торговельною маркою подавця заяви функціонує 639 пасажирських будівель (залізничних вокзалів) та 1 837 зупинних пунктів в усіх областях України, включно з містами-мільйонниками, обласними центрами, районними центрами та населеними пунктами. Згідно з рейтингом найбільш завантажених вокзалів в Україні за кількістю придбаних квитків на поїзди далекого прямування найбільш завантажені вокзали у 2019 р. – Центральний залізничний вокзал у Києві (Київ-Пасажирський) – 22,8 млн пасажирів (23,4 млн – у 2018 р.); Львів-Головний – 7,8 млн (8,3 млн – у 2018 р.); Харків-Пасажирський – 5,4 млн (5,7 млн – у 2018 р.); Одеса-Головна – 5,3 млн (5,5 млн – у 2018 р.); Дніпро-Головний – 3,2 млн (3,3 млн – у 2018 р.).

Станом на 2022 рік рухомий склад залізниці складав: 121,6 тис. вантажних вагонів, 3,7 тис. пасажирських вагонів, 1970 тепловозів, 1595 електровозів та 237 дизель-поїздів.

Торговельна марка «УЗ, комб.» використовується як частина комерційної ідентифікації АТ «Укрзалізниця» на бланках, конвертах, бейджиках працівників (провідників), розкладах руху поїздів, типових формах договорів на здійснення вантажних перевезень, онлайн-презентаціях, свідоцтвах та сертифікатах, оголошеннях та інших інформаційних документах. З метою формування корпоративного стилю подавцем заяви використовуються знаки відрізнення АТ «Укрзалізниця» (шеврони, емблеми, посвідчення тощо). Шеврони та

емблеми використовуються на форменому та робочому одягу працівників залізниці, дитячій формі залізничників, формі воєнізованої охорони та мають різноманітні форми (щит, коло) з логотипом АТ «Укрзалізниця» (стилізований локомотив та літери «УЗ»). Вони дозволяють пасажирам та іншим особам швидко впізнавати торговельну марку заявника.

Крім того, торговельна марка «УЗ, комб.» використовується при оформленні інтер'єрів та екстер'єрів рухомого складу, зокрема розміщується по центру щодо передньої частини локомотива, піктограма торговельної марки на довжину вагона розміщується на боковій частині пасажирського вагона та по центру вагона, на швидкісних поїздах – на зовнішній стороні щодо дверей вагона та на локомотиві поряд з рескриптом «Інтерсіті», на бокових частинах вантажних напіввагонів, вантажних платформах, вантажних вагонах-хоперах для зерна та цистернах для бензину і нафтопродуктів, на підголовниках – у швидкісних поїздах, на шторах та постільній білизні – в поїздах далекого сполучення, у рекламі у вагонах (брендування, плакати, монітори).

Згідно з наданими подавцем заяви відомостями на сьогодні в Україні налічується 256 залізничних кас продажу проїзних документів, де можна придбати квитки безпосередньо через операторів продажу, загалом через каси продається близько 5-7 млн квитків на рік.

Особами, які беруть участь у забезпеченні каналів розповсюдження залізничних квитків, є також агентські мережі продажу квитків, працівники яких забезпечують підтримку в питаннях продажу залізничних квитків. Це такі сервіси, як проїзд (https://proizd.ua), tickets.ua (https://gd.tickets.ua), Приватбанк (https://bilet.privatbank.ua), е-Квиток (https://e-kvytok.kiev.ua), bilet-ua.com (https://rail.bilet-ua.com), Кийавіа (https://kiyavia.com› train), Poezd.ua (https://poezd.ua), EuroPodorozh (https://www.europodorozh.com.ua), booking.uz.gov.ua, Visit Ukraine (https://visitukraine.today), RailwayBot (https://railwaybot.com). Через агентську мережу також продається близько 5-8 млн квитків на рік.

Також у серпні 2022 року подавцем заяви у партнерстві з Mastercard запущено мобільний застосунок для продажу залізничних квитків. Станом на кінець серпня 2025 року кількість авторизованих користувачів налічувала 5 млн. Через мобільний застосунок заявника у 2022 році куплено 662 758 квитків, у 2023 році – 6 751 596 квитків, за 5 місяців 2024 року – 4 338 419 квитків.

Відповідно до інформації подавця заяви комерційне використання торговельної марки «УЗ, комб.» активно здійснюється у цифровому середовищі:

на офіційних сайтах АТ «Укрзалізниця»: https://www.uz.gov.ua/, https://booking.uz.gov.ua/, https://uz-vezemo.uz.gov.ua/ (міжнародні рейси), https://services.uz.gov.ua/ (замовлення сервісів онлайн), https://swrailway.gov.ua/ (Південно-Західна залізниця), https://portal.uz.com.ua/uk/ (замовлення послуг на борту поїздів «Інтерсіті»), https://dytiacha.uz.gov.ua/ (дитяча залізниця), https://zalizna-rodyna.uz.gov.ua/ (залізна родина), https://ironsquad.org.ua/ (залізна зміна), https://suppliers.uz.gov.ua/ (портал постачальника), https://uzcargo. uz.gov.ua/ (електронний портал з вантажних перевезень);

у чат-ботах в соціальних мережах «Telegram», «Viber», «Facebook Messenger» та «Apple Messages»;

через мобільний додаток з можливістю безконтактної оплати;

через таргетовану рекламу в соціальних мережах «Facebook», «Instagram»;

через цифрові кабінети корпоративних клієнтів https://e-portal.uz.gov.ua/ (електронний портал приєднання до електричних мереж), https://gd.uz.gov.ua/ (гуманітарна допомога);

у маркетингових акціях: під час онлайн-купівлі залізничних квитків, зокрема у програмі лояльності «Залізні друзі» з бонусами «обіймашками» та подарунками від партнерів; під час активного просування мобільного додатка як основного каналу для бронювання квитків та взаємодії, наприклад, «Весна починається зі спеціальної пропозиції від Mastercard та Укрзалізниці з нагоди появи 2-мільйонного користувача мобільного застосунку УЗ» (акція з 18.03.2024 по 18.04.2024), «Вигравайте ексклюзивні подарунки від «Залізної крамниці», оплачуючи квитки у застосунку Укрзалізниці карткою Mastercard від UKRSIBBANK» (жовтень 2023 року), «Ще тиждень Укрзалізниця з Mastercard дарують можливість виграти подорож на двох за оплату квитків у застосунку!» (квітень 2024 року).

Додатково на підтвердження тривалості та обсягів використання торговельної марки «УЗ, комб.» подавцем заяви надано відомості щодо реалізованих соціальних ініціатив, зокрема:

соціальний проєкт «Залізне містечко», реалізований у 2022 році в Ірпені, що надавав тимчасове житло родинам, які втратили домівки через російську агресію, використовуючи переобладнані вагони-купе з усіма зручностями (кондиціонери, санвузли, душові), харчування та інтернет;

проєкт відновлення стадіону спортивного клубу «Локомотив», який є соціально-адаптивним, аби його послугами могли користуватися ветерани;

соціальний проєкт «Залізна родина» як простір підтримки для працівників залізниці та їхніх родин, які постраждали від російського вторгнення;

дитячі простори «Спільно» – безкоштовні зони для відпочинку дітей та батьків на вокзалах України, створені Unicef Ukraine та АТ «Укрзалізниця», з ігровими зонами, місцями для відпочинку, кімнатами для сповивання та зарядки гаджетів. Дитячі простори працюють на 6 залізничних вокзалах у Сумах, Одесі, Києві, Львові, Харкові, Дніпрі, а також створені «дитячі вагони», роздаткові матеріали в поїздах, брендовані торговельною маркою «УЗ, комб.»;

унікальний автономний поїзд-кухня «Food Train», створений спільно з Фондом Говарда Баффета для приготування та роздачі тисяч гарячих обідів у прифронтових зонах та деокупованих територіях. Цей шестивагонний комплекс здатний працювати 5-7 днів безперервно, забезпечуючи понад 10 000 повноцінних порцій, які розвозяться в термобоксах до людей, що найбільше потребують допомоги. Поїзд працював у різних регіонах України, включаючи Харківщину, Миколаївщину, Запоріжжя, Краматорськ, Слов’янськ та Одещину. Станом на травень 2024 року команда поїзда-кухні приготувала 350 000 порцій їжі;

запуск «Різдвяних експресів» у грудні 2023 року, квитки на всі 8 рейсів в Києві були викуплені за один день;

запуск символічного «Поїзда Єднання» на день Єднання як символу підтримки українців та захисників України, що доставив листівки з теплими словами з Ужгорода на Донеччину (лютий 2023 року).

Також діяльність подавця заяви з використанням торговельної марки «УЗ, комб.» активно висвітлювалася у засобах масової інформації, таких як Економічна правда, УНІАН, Радіо Свобода, Укрінформ, Главком, Вечірній Київ, Rail.Insider, Lb.ua, у телевізійних блоках ТСН, Суспільне, Сніданок 1+1, Еспресо TV, 24 канал тощо.

За результатами дослідження наданих подавцем заяви документів та відомостей колегія Апеляційної палати вважає, що вони доводять факт тривалого, безперервного та у значних обсягах географічного використання торговельної марки «УЗ, комб.» відносно заявленого переліку товару 16 класу МКТП та послуг 39 класу МКТП станом на 01 вересня 2024 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**

Просування торговельної марки УЗ, комб.» в Україні здійснюється безперервно з 2018 року через соціальні, партнерські, іміджеві та інформаційні кампанії, що мають загальнонаціональне охоплення.

У межах реалізації політики соціальної відповідальності під торговельною маркою «УЗ, комб.» здійснювались і продовжують здійснюватися національні ініціативи:

програма «Безбар’єрна залізниця» – масштабний проєкт з адаптації вокзалів та рухомого складу для потреб маломобільних груп населення, включаючи людей з інвалідністю, літніх людей, батьків з візочками. Цей проєкт є впровадженням найкращих світових стандартів, роботою над архітектурною, цифровою, інформаційною та освітньою безбар’єрністю. Запущено сервіс «Вокзальний помічник»;

відкрито 96 пунктів незламності;

здійснюється модернізація рухомого складу.

Крім того, заявлена торговельна марка використовується подавцем заяви у благодійних акціях, волонтерських ініціативах та допомозі Збройним Силам України, зокрема:

створено спеціалізований евакуаційний поїзд з переобладнаними вагонами, які функціонують як повноцінні польові шпиталі на колесах для транспортування поранених військових та цивільних із зони бойових дій, оснащений реанімаційними вагонами (медичний поїзд АТ «Укрзалізниця);

у травні 2023 року на Центральному залізничному вокзалі міста Києва розміщено інсталяції «Небайдужі серця» та збір допомоги передчасно народженим українським дітям від TVORCHI, Visa та UNITED24;

у червні 2024 року запущено проєкт «Бойовий чай» разом з Армією дронів, збір грошей на закупівлю FPV-дронів «Грім»;

у лютому 2023 року разом з медіакомпанією What took you so long та Благодійним Фондом PEREMOGA проведено благодійну акцію «Засвітимо Україну», завдяки якій 25 000 синьо-жовтих свічок довгого горіння доставлено до регіонів, що найбільше страждають від російських атак.

Подавцем заяви також надані відомості про те, що ним були випущені іміджеві ролики, які транслювалися:

в телемарафоні «Єдині Новини» до Дня залізничника (https://www.instagram.com/reel/DB8RWD5tEgr/?igsh=cG12c2p1NXB0bHJ (04.11.2024);

на каналі YouTube: «Медичні поїзди Укрзалізниці» (https://www.youtube.com/shorts/Noq2sGiJxjU); «Укрзалізниця: два роки у повномасштабній війні» (24.02.2024) (https://www.youtube.com/watch?v=97Mt92VbZ3M); «До Нового року – Свята за розкладом. Укрзалізниця» (https://www.youtube.com/watch?v=x_YL0aRhQQ4) (24.12.2023); «День постачальника УЗ» (26.03.2024) (https://www.youtube.com/watch?v=zAc_bN5i38M).

Також подавцем заяви надані відомості щодо проведеної інформаційної кампанії, що мають загальнонаціональне охоплення, зокрема:

«Залізна евакуація» (з 2022 р.): найбільша гуманітарна кампанія в історії АТ «Укрзалізниця». Комунікація зосереджувалася на героїзмі залізничників («Залізні герої») та логістиці безпечного вивезення населення;

«Залізна українізація» (2023-2025 роки): трирічна програма з повного позбавлення від імперських та радянських назв, позначок і зображень на об’єктах залізниці. Кампанія включала публічні голосування в застосунку «Дія» щодо перейменування 24 філій (наприклад, Південно-Західної залізниці на Центральну) «Залізна дипломатія» (з 2022 року): стратегічна комунікаційна лінія щодо перевезення світових лідерів, дипломатів та зірок до Києва, що стало символом надійності та стійкості України;

цифровізація та боротьба з «перекупами» (квитковими спекулянтами): запуск власного мобільного застосунку (з 2022 р.) та запровадження обов’язкової верифікації через «Дія.Підпис» для найбільш популярних рейсів;

«Залізна дипломатія» (з 2022 року): стратегічна комунікаційна лінія щодо перевезення світових лідерів, дипломатів та зірок до Києва, що стало символом надійності та стійкості України;

«Літні пригоди без шкоди» (травень 2024 року): інформаційна кампанія спільно з ДСНС та ЮНІСЕФ щодо безпечної поведінки на залізниці, воді та мінної безпеки;

відновлення маршрутів: активне інформування про запуск нових рейсів за допомогою соціальних мереж, чат-ботів, застосунків заявника для оперативного сповіщень про квитки та розклад;

сервіс https://uz-vezemo.co: оперативне сповіщення населення про затримки поїздів, міжнародні рейси та іншу необхідну інформацію. Дані оновлюються та транслюються в режимі реального часу.

Окремі залізничні вокзали, крім прямої своєї функції, стали центром культурного дозвілля та розвитку. У партнерстві із подавцем заяви були проведені такі виставки:

Ukraine WOW, вокзал Київ-Пасажирський, листопад 2019 – березень 2020 року;

фотовиставка «Обличчя нових громад», вокзал Київ-Пасажирський, серпень 2021 року;

виставка «Київ – незламне серце Європи», вокзал Київ-Пасажирський, січень 2023 року;

виставка Яна Доброносова вокзал Харкова, жовтень 2023 року;

виставка «Зірка сходить», вокзал Київ-Пасажирський, грудень 2023 року – січень 2024 року.

За підтримки торговельної марки «УЗ, комб.» у рамках ініціативи АТ «Укрзалізниця» та благодійних акцій для підтримки людей під час війни виступали українські виконавці: ONUKA, Святослав Вакарчук («Фортеця незламності», 2023 рік, в залі очікування вокзалу), Люся Кава, DEMCHUK, Leroy, ULIANA ROYCE, Міша Романова, АККО квартет та Tamerlan&Alena (акція «Засвітимо Україну», лютий 2023 року), гурт «ВВ» (концерт 30.12.2022), військовий оркестр 8 навчального Чернігівського центру Державної спеціальної служби транспорту Міністерства оборони України (31.12.2023), кавер-гурт BomBand, квартет КаРе (квартет солістів капели Ревуцького) та Анна Зарецька, вокальний ансамбль «Ягідки» та оперний співак Юрій Мамчук (07.01.2023), ALYONA ALYONA та JERRY HEIL тощо.

За результатами дослідження наданих матеріалів колегія Апеляційної палати зазначає, що представлені подавцем заяви відомості свідчать про тривале та систематичне просування торговельної марки «УЗ, комб.» на території України станом на 01 вересня 2024 року відносно заявлених товарів і послуг завдяки присутності у цифровому просторі, реалізації партнерських та соціальних ініціатив і проєктів, що охоплюють різні канали комунікації.

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

Подавець заяви є власником бренду «УЗ, комб.», який є поєднанням двох літер «УЗ» і образу рухомого локомотива, в якому використовується колір індиго. Зазначена торговельна марка представлена на ринку України в сегменті надання транспортних послуг з перевезення, логістичних послуг та цифрових

технологій, пов’язаних з транспортною інфраструктурою, та використовується на пов’язаних з перевезеннями засобах і товарах.

Крім того, АТ «Укрзалізниця» є власником майнових прав інтелектуальної власності на торговельні марки, які містять у своєму складі елементи торговельної марки «УЗ, комб.»:

 за свідоцтвом України № 12566 (дата подання заявки 03.04.1998) відносно товарів 16 класу та послуг 35, 38, 39, 42 класів МКТП;

 за свідоцтвом України № 270225 (дата подання заявки 26.09.2018) відносно товарів 12, 16, 24 класів та послуг 35, 38, 39, 42, 43 класів МКТП;

УКРЗАЛІЗНИЦЯ за свідоцтвом України № 270224 (дата подання заявки 26.09.2018) відносно товарів 12, 16, 24 класів та послуг 38, 39, 42, 43 класів МКТП;

 за свідоцтвом України № 350222 (дата подання заявки 19.05.2023) відносно товарів 03, 04, 10, 14, 18, 20, 21, 25, 26 класів МКТП;

УКРЗАЛІЗНИЦЯ за свідоцтвом України № 349925 (дата подання заявки 19.05.2023) відносно товарів 03, 04, 10, 14, 18, 20, 21, 25, 26 класів МКТП;

Також заявником 01.09.2025 та 05.09.2025 подано до УКРНОІВІ заявку № m 2025 16230 на реєстрацію торговельної марки  відносно товарів 28, 30 класів та послуг 41 класу МКТП та заявку № m 2025 16658 на реєстрацію торговельної марки УКРЗАЛІЗНИЦЯ відносно товарів 28, 30 класів та послуг 41 класу МКТП відповідно.

За результатами дослідження наданих подавцем заяви документів колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що заявником здійснювалися та продовжують здійснюватися послідовні заходи, пов’язані із забезпеченням правової охорони торговельної марки «УЗ, комб.» в Україні.

**5. Цінність, що асоціюється із торговельною маркою**

Колегія Апеляційної палати зазначає, що подавець заяви довів, що завдяки тривалості та інтенсивності використання торговельна марка «УЗ, комб.» має високий рівень довіри серед споживачів. Надані документи свідчать про популярність торговельної марки, бездоганну ділову репутацію АТ «Укрзалізниця», як єдиного в Україні національного оператора залізничних перевезень в Україні.

Високий рівень репутаційної цінності торговельної марки «УЗ, комб.» обумовлюється значним зростанням впізнаваності її в Європейському Союзі завдяки відкриттю заявником нових закордонних маршрутів, а також здійснення

перевезень до України світових лідерів різних держав, що зробило торговельну марку впізнаваною не тільки в Україні, а й на світовому рівні.

АТ «Укрзалізниця» є головним інфраструктурним сполучником країни, що має стратегічне значення для бізнес-спільноти (аграрії, металурги, будівельні компанії тощо, які критично залежать від вантажних залізничних перевезень), що у свою чергу зумовлює високу цінність торговельної марки «УЗ, комб.».

Крім того, через масштабну евакуацію мільйонів людей під час повномасштабного вторгнення у 2022 році, торговельна марка «УЗ, комб.» стала символом порятунку та безпеки для 4 млн українців і на сьогодні залишається для багатьох людей стратегічним національним перевізником.

Цінність торговельної марки підтримується заявником завдяки впровадженню технологічних сервісів, зокрема власного мобільного застосунку, який забезпечує прямий зв'язок з клієнтом та зручність онлайн купівлі-продажу квитків. Сучасні поїзди «Інтерсіті», оновлення вагонів та цифровізація дають змогу споживачам асоціювати торговельну марку «УЗ, комб.» з прогресом та якісним сервісом.

Відтак цінність, яка асоціюється з цією торговельною маркою, пов'язується з такими поняттями як надійність, міцність, довговічність, високі стандарти якості, доступність, популярність.

За результатами аналізу, дослідження та оцінки наданих подавцем заяви документів, колегія Апеляційної палати дійшла висновку, що доводи заявника є обґрунтованими, а зібрані у справі докази – достатніми для визнання торговельної марки «УЗ, комб.» добре відомою в Україні. Матеріали справи свідчать про тривале, інтенсивне та безперервне використання торговельної марки в національному масштабі, її впізнаваність та популярність серед доречного кола споживачів, активність у соціальній, економічній та інформаційній сферах та високий рівень репутаційної цінності.

Зважаючи на викладене вище, колегія Апеляційної палати встановила, що торговельна марка «УЗ, комб.» є добре відомою в Україні станом на 01 вересня 2024 року для товару 16 класу МКТП: «залізничні квитки» та послуг 39 класу МКТП: «забезпечування інформацією щодо напрямків руху залізничного транспорту на потреби подорожуючих; залізничне перевезення; інформування про рух залізничного транспорту».

Керуючись Паризькою конвенцією про охорону промислової власності, Законом України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», Регламентом Апеляційної палати Національного органу інтелектуальної власності, затвердженим наказом Міністерства економіки України від 23.11.2023 № 17768, зареєстрованим в Міністерстві юстиції України 04.01.2024 за № 21/41366, колегія Апеляційної палати

**в и р і ш и л а:**

1. Заяву Акціонерного товариства «Українська залізниця» про визнання торговельної марки «УЗ, комб.» добре відомою в Україні задовольнити.

2. Визнати торговельну марку «УЗ, комб.» добре відомою в Україні відносно Акціонерного товариства «Українська залізниця» для товару 16 класу МКТП: «залізничні квитки» та послуг 39 класу МКТП: «забезпечування інформацією щодо напрямків руху залізничного транспорту на потреби подорожуючих; залізничне перевезення; інформування про рух залізничного транспорту», станом на 01 вересня 2024 року.

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 О. О. Теньова
Члени колегії В. С. Ваганова
Т. М. Бабенко

44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/125-26 від
22.10.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Теньова О. О. 22.10.2026 11:07
3FAA9288358EC0030400
000000BB3900F5FFE800

44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/125-26 від
22.10.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Ваганова В. С. 22.10.2026 10:17
3FAA9288358EC0030400
000032563A008730DB00

44673629 - УКРНОІВІ
№Ріш-АП/125-26 від
22.10.2026
КЕП (Підписання проєкту):
Бабенко Т. М. 22.10.2026 10:10
04AF212836405D990400
0000DE493D003690ED00