

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
**по результатам рассмотрения  возражения  заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела возражение, поступившее 30.04.2025, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «РОСМЭН» (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1068279 при этом установила следующее.

Регистрация товарного знака «**Kislorod**» с приоритетом, установленным по дате подаче (31.12.2023) заявки №2023833099, произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 03.12.2024 за №1068279 на имя Общества с ограниченной ответственностью «ОБЪЕДИНЕННАЯ РЕДАКЦИЯ. ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ "КИСЛОРОД"», Московская обл., г.о. Истра (далее – правообладатель). Товарный знак зарегистрирован в отношении товаров 16 класса МКТУ, услуг 35, 40, 41 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне свидетельства.

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 30.04.2025, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 1068279 произведена в нарушение требований, установленных пунктами 3(1) и 8 статьи 1483 Кодекса.

Возражение основано на следующих доводах:

- лицо, подавшее возражение, полагает, что оспариваемый товарный знак

**КИСЛОРОД**

сходен до степени смешения с коммерческим обозначением «**КИСЛОРОД**», используемым ООО «РОСМЭН» для своего импринт-издательства;

- коммерческое обозначение лица, подавшего возражение, за время использования обозначения приобрело известность среди потребителей книжной продукции, а также потребителей издательских услуг;

- практика создания импринтов, то есть обособление части издательского бизнеса, занимающегося изданием книг определенной тематики или ориентированных на определенную читательскую аудиторию, с самостоятельным узнаваемым обозначением без образования нового юридического лица, является повсеместной и распространенной практикой в издательском бизнесе;

- с целью создания импринта ООО «РОСМЭН» выделил часть своего имущества в обособленный имущественный комплекс (предприятие), куда в частности вошли: офисные и складские помещения, оборудование, продукция импринта, что подтверждается представленными документами;

**КИСЛОРОД**

- обозначение «**КИСЛОРОД**» впервые введено в оборот 30 ноября 2022 года в качестве названия и логотипа литературного конкурса young adult литературы, который проводится на ежегодной основе с широким освещением в социальных сетях, рекламе, прессе;

- в целях подтверждения приобретения известности обозначения импринт-издательства именно в период с 2022 по 2023 год по заказу лица, подавшего возражение, Лабораторией социологической экспертизы Института социологии ФНИСЦ РАН было проведено социологическое исследование;

- результаты проведенного исследования, показывают, что до 2022 года, когда ООО «РОСМЭН» начал использовать словесное обозначение «Кислород» в составе коммерческого обозначения, указанное обозначение в отношении услуг издаельств было известно менее чем 5% опрошенных лиц;

- в то же время с момента начала использования лицом, подавшим возражение, обозначения в декабре 2022 года его известность утроилась. Так, 11% опрошенных лиц показали, что познакомились с обозначением «Кислород» только в 2022 году. Еще 10% опрошенных показали, что узнали об обозначении «Кислород» только в 2023 году;

- социологическое исследование показало, что комбинированное обозначение, используемое лицом, подавшим возражение, приобрело существенную известность (так, более 26% респондентов показали, что были знакомы с обозначением на дату приоритета товарного знака 05.09.2023, в настоящий момент этот показатель составляет 36%). При этом эксперты отмечают, что «полученные данные позволяют сделать вывод о том, что в настоящее время, с точки зрения целевой группы, обозначение имеет известность. Аналогичный вывод можно сделать и в отношении данных на дату 05.09.2023 до даты приоритета товарного знака: «с точки зрения потребителей соответствующих услуг, обозначение и на тот момент обладало известностью. Учитывая тот факт, что на издательства обращают внимание лишь 5% потребителей (диаграмма 9), а также специфику услуг под обозначением (услуги редкого пользования), полученный показатель известности является существенным»;

- регистрация и последующее использование товарного знака способно ввести потребителей в заблуждение относительно изготовителя книжной продукции, что подтверждается результатами социологического исследования.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 1068279 недействительным частично, а именно в отношении всех товаров 16 класса МКТУ, всех услуг 35 класса МКТУ, а также в отношении части услуг 40 класса МКТУ *«печатание рисунков; печатание фотографий; печать офсетная; плакирование металлов; полиграфия»*; части услуг 41 класса МКТУ: *аренда устройств для чтения электронных книг; аренда человекоподобных роботов с функциями общения и обучения для развлечения людей; библиотеки передвижные; библиотеки, обеспечивающие выдачу книг на дом; выпуск музыкальной продукции; издание книг;*

*макетирование публикаций, за исключением рекламных; микрофильмирование; монтаж видеозаписей; монтирование теле- и радиопрограмм; написание теле- и киносценариев; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов невиртуальных; организация и проведение развлекательных мероприятий; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация и проведение спортивных мероприятий; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация костюмированных представлений для развлечений; планирование радио- и телепрограмм; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление музыкальных файлов онлайн; предоставление электронных публикаций онлайн; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; радиопередачи развлекательные; редактирование текстов; услуги по написанию сценариев, за исключением рекламных».*

К возражению приложены следующие материалы:

1. Справка о составе имущественного комплекса (предприятия);
2. Договор об изготовлении вывесок;
3. Фотографии вывесок;
4. Справка о кадровых ресурсах;
5. Информация о литературном конкурсе Кислород за период 2022 – 2024;
6. Справка по заключенным договорам;
7. Статистика рекламы в VK;
8. Информация о публикации в собственных аккаунтах в социальных сетях;
9. Информация о сотрудничестве с VK и Букмейт;
10. Информация о публикациях в социальных сетях у блогеров;
11. Информация о публикациях в СМИ за 2023 год;
12. Отчет о мониторинге публикаций в СМИ 2022-2023 (Прессиндекс);
13. Ручной мониторинг публикаций в СМИ;

14. Информация о выставке *non\_fictio* № весна 2023;
15. Информация об арт-маркете Гнездо июль 2023;
16. Отчет о социологическом исследовании лаборатории РАН;
17. Договоры аренды помещений;
18. Примеры договоров с авторами;
19. Информационная справка Российской Государственной библиотеки.

Правообладатель, ознакомленный в установленном порядке с поступившим возражением, 10.07.2025 представил свой отзыв, а 22.08.2025 дополнения к нему, доводы которых сводятся к следующему:

- правообладатель использует обозначения «Кислород» непрерывно с 2000 года по сегодняшний день, использует в отношении спорных товаров и услуг. Правообладатель начал использовать обозначения с элементами «Кислород» и указанной графикой с элементом «02» ранее, в том числе, в качестве фирменного наименования, не нарушал и не нарушает права третьих лиц, использовал и использует собственные объекты интеллектуальной собственности;

- лицо, подавшее возражение, не может иметь прав на коммерческое обозначение с элементом «кислород», поскольку им не соблюдены критерии возникновения права на коммерческое обозначение - не доказано наличие предприятия и не доказана известность обозначения в пределах определенной территории;

- в материалы возражения не представлено ни одного доказательства наличия у лица, подавшего возражение, недвижимого комплекса в отношении именно импринт-издательства «Кислород»;

- не подтвержденной является позиция ООО «РОСМЭН» о том, что импринт-издательство, созданное без образования самостоятельного юридического лица и без действительного выделения недвижимого и в целом имущественного комплекса от основного издательства «Росмэн», может в принципе рассматриваться как самостоятельное предприятие;

- в возражении отсутствует указание на территорию известности обозначения, соответствующие доказательства в принципе не приведены;

- социологическое исследование содержит грубые нарушения методологии и не подтверждает наличие у лица, подавшего возражение, права на коммерческое обозначение - оно должно быть известно потребителям определенных товаров и услуг на конкретной территории;

- довод лица, подавшего возражение, о введении потребителей в заблуждение является несостоятельным. Правообладатель непрерывно использует обозначения «Кислород» с 2000 года на законных основаниях, действия правообладателя по использованию собственных средств индивидуализации не могут расцениваться как введение в заблуждение в отношении лица, подавшего возражение, которое в 2022 году начало незаконно использовать обозначения, сходные с обозначениями правообладателя;

- представленное социологическое исследование, помимо грубых нарушений методологии и наводящих вопросов, также не содержит подтверждения известности обозначения «Кислород» и его ассоциации с лицом, подавшим возражение;

- с учетом того, что на российском рынке присутствуют как минимум два юридических лица (издательства), использующих обозначения «Кислород», указанные в социологическом исследовании вопросы не позволяют установить, в отношении какого именно лица (издательства) известно обозначение - в отношении ООО «РОСМЭН» или ООО «ОБЪЕДИНЕННАЯ РЕДАКЦИЯ. ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ "КИСЛОРОД»;

- договоры касаются аренды помещений по трём адресам, все адреса связаны только с издательством «Росмэн»;

- договоры с авторами и ответ Российской Государственной библиотеки, как и ранее представленные документы, не подтверждают довод лица, подавшего возражение, об известности противопоставляемого обозначения;

- правообладатель отмечает, что Суд по интеллектуальным правам отказал ООО «Росмэн» в удовлетворении иска к ООО «Объединенная Редакция Издательский дом «КИСЛОРОД» о признании действий правообладателя по приобретению и использованию исключительных прав на товарный знак «Кислород» и иные спорные товарные знаки с обозначением «Кислород» (№

1068280 и № 1024368) актом недобросовестной конкуренции (см. решение Суда по интеллектуальным правам по делу № СИП-90/2025 от 20.08.2025);

- в рамках довода о введении потребителя в заблуждение, правообладатель отмечает, что Суд по интеллектуальным правам в решении по делу № СИП-90/2025 от 20.08.2025 указал, что правообладатель добросовестно и законно использовал свои собственные обозначения, а не обозначение лица, подавшего возражение, а также отметил, что нет доказательств того, что правообладатель якобы имел намерение воспользоваться известностью противопоставленного обозначения.

На основании вышеизложенного, правообладатель просит отказать в удовлетворении возражение и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 1068279.

К отзыву приложены:

20. Свидетельство на товарный знак правообладателя № 1068279;
21. Хронология деятельности правообладателя и лица, подавшего возражение (схема);
22. Документы, подтверждающие исключительное право правообладателя на фирменное наименование «Кислород» и дату возникновения исключительного права в 2000 г., свидетельство Московской регистрационной палаты № 001.456.882 от 21.03.2000, протокол общего собрания учредителей от 15.02.2000, свидетельство Министерства Российской Федерации по налогам и сборам о постановке на учет в налоговом органе 30.03.2000; свидетельство Министерства Российской Федерации по налогам и сборам о внесении записи в ЕГРЮЛ 16.12.2002, выписка из ЕГРЮЛ;
23. Свидетельство о регистрации домена правообладателя kislorod-books.ru;
24. Подтверждение использования правообладателем фирменного наименования «Кислород» и товарного знака «Кислород» - на сайте и книгах правообладателя, а также на маркетплейсах;

25. Сведения по домену лица, подавшего возражение, kislorodbooks.ru - выписка из Whois, результат поисковой выдачи, факт переадресации с домена kislorodbooks.ru на o2books.ru;
26. Доказательства по вопросу досудебного урегулирования спора;
27. Возражения лица, подавшего возражение, в отношении товарных знаков № 1024368, 1068280;
28. Таблица анализа доказательств, приводимых лицом, подавшим возражение в обоснование наличия исключительных прав на коммерческое обозначение;
29. Рецензия АО «ВЦИОМ» на Заключение Лаборатории Социологической Экспертизы Института социологии ФНИСЦ РАН № 14-2025 от 24.01.2025;
30. Решение Суда по интеллектуальным правам по делу № СИП-90/2025.

На заседании коллегии, состоявшемся 08.09.2025 лицо, подавшее возражение, дополнил возражение доводами, которые сводятся к следующему:

- ссылка правообладателя на наличие более раннего права на фирменное наименование не имеет правового значения;
- в рамках дела СИП-90/2025 Суд по интеллектуальным правам не проверял вводятся ли потребители регистрацией товарного знака в заблуждение относительно источника происхождения товаров;
- в качестве дополнительного доказательства обосновления имущественного комплекса заявитель просит приобщить к материалам дела приказ о создании импринта, приказ о выделении импринту дополнительных помещений, акт к договору о производстве вывесок и письмо бизнес-центра о размещении вывесок.
- материалами дела, в том числе сканами обложек, первых и последних страниц книжкой продукции подтверждается, что данное обозначение не является ни названием книги, ни серией книг. Его расположение на книгах (внизу страницы перед городом и годом издания) недвусмысленно свидетельствует об индивидуализации им издательства - предприятия, обеспечивающего издание соответствующей книги, которым владеет заявитель;
- известность обозначения также подтверждается письмами Ассоциации книгораспространителей и Кинокомпании СТВ;

- изложенные в рецензии замечания голословны и необоснованы, что подтверждается комментариями на рецензию, подготовленными лабораторией РАН;

- в деле №СИП-90/2025 Суд по интеллектуальным правам не нашел оснований критически отнестись к социологическому исследованию, упомянув его в решении, но не подвергнув критике его результаты.

К дополнениям приложены:

31. Приказ № 1-К\_22 от 31 октября 2022 года о создании импринта;

32. Приказ № 12\_К\_24 от 29 апреля 2024 года о выделении доп. помещений;

33. Сканы книжной продукции заявителя с размещенным коммерческим обозначением импринт-издательства;

34. Диск с электронными счетами-фактурами поставки книжной продукции;

35. Комментарии лаборатории РАН на рецензию ВЦИОМ;

36. Письмо Ассоциации книгораспространителей об известности обозначения импринт-издательства;

37. Письмо Кинокомпании СТВ об известности обозначения импринт-издательства;

38. Акт к договору о производстве вывесок;

39. Письмо бизнес-центра о размещении вывесок.

С учетом вышеизложенных доводов, лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарного знака по свидетельству №1068279 недействительным полностью.

На заседании по рассмотрению возражения, состоявшемся 08.09.2025, лицом, подавшим возражение, было заявлено ходатайство о переносе заседания на более позднюю дату в связи с необходимостью коллегии изучения документов, представленных на заседании или приостановлении делопроизводства по рассмотрению возражения до истечения сроков кассационного обжалования дела №СИП-90/2025 Президиумом Суда по интеллектуальным правам, полагая, что данное решение потенциально ведет к прекращению правовой охраны товарного знака.

Коллегия рассмотрела ходатайство о приостановлении делопроизводства по рассмотрению настоящего возражения до истечения сроков кассационного обжалования дела №СИП-90/2025 Президиумом Суда по интеллектуальным правам и отказалась в его удовлетворении, поскольку рассматриваемое в Суде дело №СИП-90/2025 касается признания действий по приобретению и использованию исключительных прав на товарные знаки по свидетельствам №1024368, №1068280 и №1068279 актом недобросовестной конкуренции, указанное основание не имеет правового значения для рассмотрения настоящего возражения, поданного по иным основаниям (п.3(1) и п.8 статьи 1483 Кодекса).

Коллегия рассмотрела ходатайство о переносе заседания в связи с необходимостью коллегии изучения документов и отказалась в его удовлетворении.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия сочла доводы возражения неубедительными.

С учетом даты (31.12.2023) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает вышеуказанный Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

Как следует из требований подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Согласно пункту 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся в частности,

обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

Согласно пункту 8 статьи 1483 Кодекса не могут быть в отношении однородных товаров зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием или коммерческим обозначением (отдельными элементами таких наименований или обозначений), права на которые в Российской Федерации возникли у иных лиц ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

Согласно пункту 1 статьи 1539 Кодекса правообладателю принадлежит исключительное право использования коммерческого обозначения в качестве средства индивидуализации принадлежащего ему предприятия любым не противоречащим закону способом (исключительное право на коммерческое обозначение), в том числе путем указания коммерческого обозначения на вывесках, бланках, в счетах и на иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, в сети "Интернет", если такое обозначение обладает достаточными различительными признаками и его употребление правообладателем для индивидуализации своего предприятия является известным в пределах определенной территории.

Согласно пункту 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Согласно пункту 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

Согласно пункту 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки.

Вывод об однородности товаров/услуг делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

Согласно пункту 1 статьи 1538 Кодекса юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность (в том числе некоммерческие организации, которым право на осуществление такой деятельности предоставлено в соответствии с законом их учредительными документами), а также индивидуальные предприниматели могут использовать для индивидуализации принадлежащих им торговых, промышленных и других предприятий коммерческие обозначения, не являющиеся фирменными наименованиями и не подлежащие обязательному включению в учредительные документы и единый государственный реестр юридических лиц.

Необходимо отметить, что в соответствии с порядком оспаривания и признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку подается заинтересованным лицом.

Лицо, подавшее возражение, полагает, что оспариваемый товарный знак вводит потребителя в заблуждение относительно лица, производящего товары и оказывающего услуги 16, 35, 40, 41 классов МКТУ, в силу того, что лицом, подавшим возражение, до даты приоритета товарного знака по свидетельству №1068279, использовалось и получило известность сходное обозначение в отношении однородных товаров и услуг. Кроме того, ООО «РОСМЭН» указывает на более раннее право на коммерческое обозначение «Кислород».

Учитывая вышеизложенное, коллегия приходит к выводу о наличии заинтересованности у ООО «РОСМЭН» в подаче настоящего возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1068279 как несоответствующей требованиям пунктов 3(1) и 8 статьи 1483 Кодекса.

# Kislород

Оспариваемый товарный знак « Kislород » выполнен стандартным шрифтом буквами латинского алфавита. Правовая охрана знаку предоставлена в отношении товаров 16 класса МКТУ, услуг 35, 40, 41 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

В возражении содержится довод лица, подавшего возражение, о том, что оно обладает правом на коммерческое обозначение, правовая охрана оспариваемого товарного знака противоречит требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса.

Анализ представленных лицом, подавшим возражение, документов [1-19; 31-39], датированных ранее даты приоритета, показал, что им велась коммерческая деятельность с использованием словесного элемента «КИСЛОРОД» (где: КИСЛОРОД — газ, химический элемент, входящий в состав воздуха и необходимый для дыхания. Толковый словарь Ушакова. Д.Н. Ушаков. 1935-1940.) для индивидуализации услуг импринт-издательства. Сходство оспариваемого товарного знака и средства индивидуализации, используемого лицом, подавшим возражение, обусловлено фонетическим и семантическим тождеством словесных элементов «Kislород» / «КИСЛОРОД».

Коллегия отмечает, что по смыслу пункта 8 статьи 1483 Кодекса, для прекращения правовой охраны оспариваемого товарного знака, лицу, подавшему возражение, в том числе, следует доказать наличие права на имущественный комплекс под данным коммерческим обозначением.

В соответствии с пунктом 1 статьи 132 Кодекса предприятием как объектом прав признается имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности, и предприятие в целом как имущественный комплекс признается недвижимостью.

Согласно пункту 1 статьи 1539 Кодекса правообладателю принадлежит исключительное право использования коммерческого обозначения в качестве средства индивидуализации принадлежащего ему предприятия любым не противоречащим закону способом (исключительное право на коммерческое обозначение), в том числе путем указания коммерческого обозначения на вывесках,

бланках, в счетах и на иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, в сети "Интернет", если такое обозначение обладает достаточными различительными признаками и его употребление правообладателем для индивидуализации своего предприятия является известным в пределах определенной территории.

Лицом, подавшим возражение, были представлены договоры [17]:

1) аренды офисных и складских помещений от 14.07.2021, расположенных по адресу: Московская обл., городской округ Богородский, рабочий поселок Обухово, территория Атлант-парк, дом 32, стр.1. Срок действия данного договора до 01.04.2024;

2) субаренды нежилых помещений (офисных) от 05.04.2023, которые находятся в здании по адресу: Москва, Ленинградский пр., д.36, стр. 11. Срок действия данного договора субаренды до 30.09.2027;

3) аренды нежилых помещений от 25.11.2019, расположенных по адресу: Москва, ул. Шереметьевская, д. 47. Срок действия договора 60 календарных месяцев.

Лицо, подавшее возражение, представило справку о составе имущественного комплекса (предприятия) [1], согласно которой импринт-издательство «КИСЛОРОД» с 01 мая 2024 года располагается в здании по адресу: Москва, Ленинградский пр., д.36, стр. 11, 7 этаж. ООО «РОСМЭН».

Ранее, с 07 ноября 2022 года, импринт-издательство располагалось по адресу: Москва, ул. Шереметьевская, д. 47., что также подтверждается приказом №1-К/22 от 31.10.2022г. о создании импринта «КИСЛОРОД» и об утверждении комбинированного обозначения «**КИСЛОРОД**».

Следует отметить, что в силу пункта 2 статьи 132 Кодекса в состав предприятия как имущественного комплекса входят все виды имущества, предназначенные для его деятельности, включая земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, сырье, продукцию, права требования, долги, а также права на обозначения, индивидуализирующие предприятие, его продукцию, работы и услуги (коммерческое обозначение, товарные знаки, знаки обслуживания),

и другие исключительные права, если иное не предусмотрено законом или договором.

Коллегия отмечает, что не представляется возможным выделить помещения, указанные в справке [1], из общего имущества издательства ООО «РОСМЭН» и определить статус данных помещений как отдельного имущественного комплекса, иного материалами дела не доказано.

Вместе с тем, установить под каким конкретно обозначением велась коммерческая деятельность в данных помещениях, из представленных материалов также не представляется возможным.

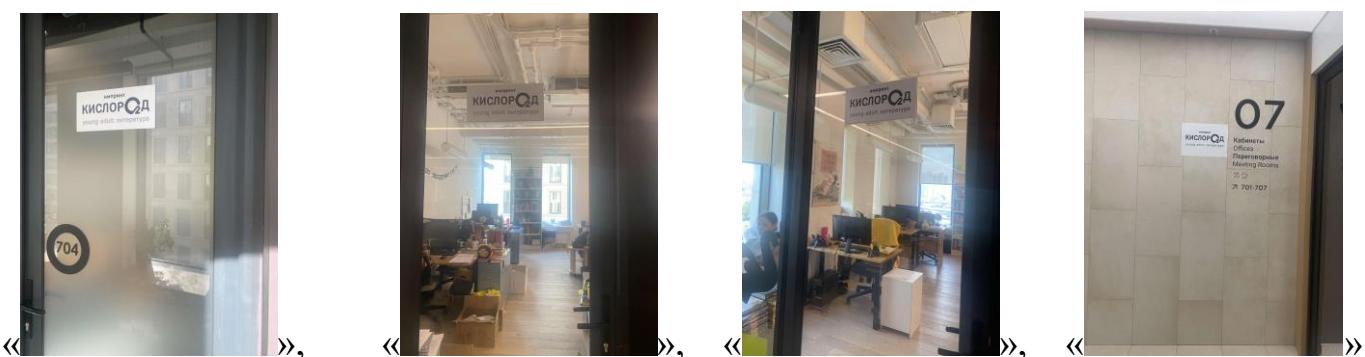
В материалы дела представлена спецификация №197 на изготовление вывески от 14 ноября 2022г. [2], которая является приложением к договору №15-0015 от 10.03.2025г. и согласно которой лицо, подавшее возражение, заказало ООО «ПК ВП-принт» изготовление односторонней вывески с обозначением иного

импринт  
**КИСЛОРОД**

обозначения, а именно «*young adult литература*», предназначенней для информирования посетителей о расположении импринта «Кислород» в офисе ООО «РОСМЭН». Документов о монтаже вывески в материалы возражения не представлено, что также не позволяет установить дату возникновения коммерческого обозначения как предприятия лица, подавшего возражение, и начало формирования в глазах потребителей представления о деятельности импринт-издательства.

Письмо ООО «Бизнес Центра Шереметьевский» о размещении вывесок [39] на фасаде здания по адресу: Москва, ул. Шереметьевская, д. 47 является лишь согласованием их размещения, но не доказывают их реального монтажа.

Представленные лицом, подавшим возражение, фотографии вывесок [3]



являются изображениями входных групп во внутренней части здания с табличкой

импринт



«young adult литература», при этом, отсутствует информация о дате размещения данных вывесок и даты изготовления данных фото, что не позволяет соотнести указанные сведения с фактическим их местом размещения и датой приоритета оспариваемого товарного знака.

В подтверждении доводов лица, подавшего возражение, касающихся того, что обозначение «КИСЛОРОД» приобрело известность в глазах потребителя лицо, подавшее возражение, представляет сведения о распространении контекстной рекламы в социальной сети VK [7], мониторинг публикаций в СМИ [12, 13]; сведения об участии в выставках [14], публикациями в СМИ [11].

В материалы дела представлены сведения: справка о составе имущественного комплекса (предприятия) [1] с обозначением «КИСЛОРОД», информация о литературном конкурсе «Кислород» [5], в которой представлены обозначения

«КИСЛОРОД», «O2», «young adult книги Q2», «Q2», «КИСЛОРОД»; договор об изготовлении



вывесок [2], фотографии вывесок [3] с обозначением «young adult литература»; приказ №1-К/22 от 31.10.2022г. о создании импринта «КИСЛОРОД» и об утверждении

комбинированного обозначения «КИСЛОРОД» [31]; информация о публикациях в собственных аккаунтах Telegram и VK[8] и сведения о сотрудничестве с VK и

Букмейт [9], в которых указаны обозначения «Кислород» и «Q2»; информация об арт-маркете Гнездо за июль 2023 [15], публикации в социальных сетях у блогеров

[10], в которых указано обозначение «кислород».

Отдельно следует отметить, что потребитель по-разному воспринимает обозначения «Кислород» и «КИСЛОРОД» в отношении одних и тех же товаров и услуг, о чем свидетельствуют различные показатели узнаваемости (известности),

отраженные в социологическом исследовании лаборатории РАН [16] (см. диаграммы №3 и №6).

Указанное свидетельствует о том, что обозначение, используемое лицом, подавшим возражение, менялось, и им, использовались разные обозначения, что приводит к невозможности установления факта известности обозначения в глазах потребителя, неизвестно с каким конкретно обозначением потребитель ассоциирует деятельность лица, подавшего возражение.

Согласно пункту 2 статьи 1538 Кодекса «коммерческое обозначение может использоваться правообладателем для индивидуализации одного или нескольких предприятий. Для индивидуализации одного предприятия не могут одновременно использоваться два и более коммерческих обозначения».

Как было указано выше, из материалов дела усматривается использование нескольких обозначений, лицом, подавшим возражение, претендующих на статус коммерческого обозначения, что противоречит требованиям пункта 2 статьи 1538 Кодекса. При этом коллегия отмечает, что в материалы дела не представлены сведения о том, воспринимают ли потребители многообразие обозначений лица, подавшего возражение, как единое коммерческое обозначение «КИСЛОРОД».

Основным предметом представленного лицом, подавшего возражение, социологического исследования лаборатории РАН [16] (далее – исследование) было определение наличия или отсутствия известности словесного обозначения «Кислород» и обозначения «<sup>импринт</sup>КИСЛОРОД». Следует отметить, что указанные обозначения отличаются от обозначения, используемого лицом, подавшим

внешний вид  
**КИСЛОРОД**

возражение, в качестве вывесок «<sup>young adult</sup> литература», а кроме того, данное исследование не содержит мнения потребителей об обозначении лица, подавшего возражение, как об обозначении индивидуализирующего именно имущественный комплекс, а не обозначении, используемым при маркировке продукции (услуг) лица, подавшего возражение, в связи с чем, данные сведения не могут свидетельствовать об известности коммерческого обозначения.

В материалы дела представлены: справка о кадровых ресурсах [4], справка по заключенным договорам за период с 01.01.2022г. по 05.09.2023 [6], примеры договоров с авторами [18] и счета-фактуры о поставках книжной продукции за 2022, 2023 гг. что свидетельствует о ведении лицом, подавшим возражение, деятельности по подготовке и выпуску произведений печати, издании книг.

Указанная деятельность соотносится с частью оспариваемых товаров 16 класса МКТУ «альбомы; альманахи; атласы; брошюры; буклеты; бюллетени информационные; издания периодические; издания печатные; каталоги; книги; книжки-комиксы; листовки; материалы графические печатные; ноты печатные; открытки музыкальные, поздравительные, почтовые; плакаты; продукция печатная; проспекты; расписания печатные; репродукции графические; учебники (пособия); флаеры; фотографии (отпечатанные); этикетки из бумаги или картона», которые связаны с созданием, выпуском и распространением печатной продукции и графических материалов, с частью услуг 35 класса МКТУ «демонстрация товаров; обработка текста; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров и услуг; презентация товаров на всех медиа средствах с целью розничной продажи; маркетинг; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; распространение образцов; согласование деловых контрактов для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги машинописные; услуги телемаркетинга; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; продвижение товаров для третьих лиц, в том числе оптовая и розничная продажа товаров; услуги по продвижению товаров; службы по связям с прессой; пресс-службы; ; услуги магазинов по продвижению товаров; продажа товаров оптовая; продажа товаров розничная; услуги магазина по оптовой продаже; услуги магазина по розничной продаже; услуги Интернет-магазина по оптовой продаже; услуги Интернет-магазина по розничной продаже;

*услуги розничной продажи онлайн; услуги оптовой продажи онлайн; услуги розничной продажи товаров; услуги оптовой продажи товаров; услуги розничной продажи товаров посредством торговых площадок в сети Интернет; услуги оптовой продажи товаров посредством торговых площадок в сети Интернет; оптовая продажа товаров посредством торговых площадок в сети Интернет; розничная продажа товаров посредством торговых площадок в сети Интернет», связанных с подготовкой, продвижением, распространением печатной и цифровой продукцией, маркетингом, частью услуг 40 класса МКТУ «аппратирование бумаги; обработка бумаги; печатание рисунков; печатание фотографий; печать офсетная; полиграфия; литография; обрамление художественных работ; фотогравировка; составление фотокомпозиции; услуги 3D-печати на заказ для третьих лиц; цветоделение; шелкография», которая связана с подготовкой и обработкой бумаги; печатными технологиями (оффсет, литография, шелкография); предпечатной подготовкой (цветоделение, фотокомпозиция, фотогравировка); обработкой изображений и материалов для печати и часть оспариваемых услуг 41 класса МКТУ «издание книг; макетирование публикаций, за исключением рекламных; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивных книг и периодики; услуги каллиграфов; перевод устный; услуги переводчиков; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; редактирование текстов; публикация электронных публикаций онлайн, незагружаемых; услуги медиатек; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых».*

Отсутствуют сведения о том, что лицо, подавшее возражение, занимается производством остальных товаров 16 класса МКТУ и оказывает остальные оспариваемые услуги 35, 40 и 41 классов МКТУ.

Таким образом, у коллегии отсутствуют основания полагать, что лицу, подавшему возражение, принадлежит имущественный комплекс (объект недвижимости) для индивидуализации которого им использовалось бы обозначение, сходное с оспариваемым товарным знаком.

Материалами дела не доказано возникновение более раннего права на коммерческое обозначение.

Таким образом, отсутствуют основания для удовлетворения возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1068279 как противоречащему пункту 8 статьи 1483 Кодекса.

В возражении содержится довод о том, что оспариваемый знак не соответствует требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, поскольку является сходным до степени смешения с обозначением, используемым лицом, подавшим возражение, на территории Российской Федерации.

Сам по себе товарный знак по свидетельству №1068279 не содержит сведений, которые бы являлись ложными или вводящими потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя.

Из вышеизложенного анализа следует, что лицом, подавшим возражение, до даты приоритета оспариваемого товарного знака использовались различные обозначения со сходным словесным элементом «Кислород» в отношении услуг издательства.

Вместе с тем, одного сходства с оспариваемым товарным знаком недостаточно. Сам по себе факт использования обозначения до даты подачи заявки на товарный знак иным лицом не свидетельствует о возможности введения потребителя в заблуждение относительно производителя товаров / лица, оказывающего услуги.

Вывод о способности обозначения вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товара (или места) может быть сделан в том случае, если данное обозначение ассоциируется у потребителя с иным производителем товаров на основании имеющегося опыта.

Лицо, подавшее возражение, представило сканы книжной продукции с размещенным коммерческим обозначением импринт-издательства и счета-фактуры поставки книжной продукции [33, 34], что доказывает реализацию продукции в 2022 и 2023 гг. в нескольких городах: Самара, Вологда, Киров, Тверь, Москва, Ростов-на-Дону, Подольск, Екатеринбург, Уссурийск, Чебоксары, Санкт-Петербург;

Новосибирск, Якутск, Симферополь, Уфа, Барнаул, Плодородное (Ростовская обл.), Таганрог; Киров, Нижний Новгород, Пермь, Улан-Удэ, Владивосток, Красноярск.

В материалы дела представлено исследование [16], задачами которого являлось определение наличия или отсутствия известности обозначений «Кислород»

### КИСЛОРОД

и «Кислород», с точки зрения потребителей таких товаров и/или услуг как: издания периодические печатные; книги; раскраски комиксы; альманахи; брошюры; бюллетени информационные; газеты; журналы; плакаты; тетради (16 класс МКТУ); услуги, связанные с управлением бизнесом, эксплуатацией, организацией и администрированием коммерческих или промышленных предприятий, а также реклама, услуги маркетинга и продвижения товаров; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение коммерческих мероприятий; организация подписки на газеты для третьих лиц; оформление витрин; презентация товаров на всех медиа средствах с целью розничной продажи; продажа товаров оптовая и розничная; услуги магазинов (в том числе в сети Интернет) по оптовой и розничной продаже (35 класс МКТУ); литография; печатание рисунков; печатание фотографий; печать офсетная; полиграфия; составление фотокомпозиции; услуги 3D-печати на заказ для третьих лиц; фотогравировка; цветоделение; шелкография (40 класс МКТУ); издание книг; макетирование публикаций, за исключением рекламных; предоставление незагружаемых электронных публикаций онлайн; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; редактирование текстов; услуги каллиграфов; перевод устный; услуги переводчиков (41 класс МКТУ) (далее – целевая группа), на сегодняшний день и на дату 05.09.2023 года.

Согласно представленным результатам, отраженным в диаграмме №3 (см. 22 стр. исследования), часть потребителей (11%) познакомились с тестируемым обозначением в 2022 году. Ранее 2022 года с обозначением «Кислород» познакомились 5%, в 2022 году – 11%, в 2023 году - 10%.

На основании вышеуказанных показателей сделан вывод о том, что в настоящее время, с точки зрения целевой группы, обозначение «Кислород» имеет известность. Аналогичный вывод можно сделать и в отношении даты 05.09.2023: с точки зрения потребителей соответствующих услуг, обозначение «Кислород» и на тот момент обладало известностью.

Согласно диаграмме №7 (см. стр. 29 исследования) часть потребителей (15%)

познакомились с обозначением «**КИСЛОРОД**» в 2022 году. В 2023 году с обозначением познакомились 10%, а в 2024 году еще 10%.

На основании вышеуказанных показателей сделан вывод о том, что в настоящее время, с точки зрения целевой группы, обозначение «**КИСЛОРОД**» имеет известность. Аналогичный вывод можно сделать и в отношении данных на дату 05.09.2023 года: с точки зрения потребителей соответствующих услуг, обозначение и на тот момент обладало известностью.

Вместе с тем, коллегия полагает, что результаты данного исследования не могут быть признаны релевантными в полной мере, поскольку часть вопросов являются наводящими. Вопрос 5 «*Как Вы считаете, какие услуги предоставляются под данным обозначением?*» - вопрос наводящий, поскольку перед ним расположен вопрос 1 «*На что Вы в первую очередь обращаете внимание при покупке книг и другой печатной продукции?*». Респонденты соотносят, что в вопросе 1 их спросили про книжную продукцию, и в вопросе 5 также выбирают ответ про издание книг.

Вопрос 6 «*Вы слышали что-то об издательстве Кислород (подразделение издательства «Росмэн») под данным обозначением, или нет?*» - вопрос задан неверно, в нем заложено 3 предпосылки - о том, что потребители знают (1) издательство Кислород, (2) издательство Кислород как импринт «Росмэн», (3) издательство Кислород как лицо, использующее обозначение. Ответ на вопрос 6 не показателен, поскольку, отвечая на него, респондент может, например, знать издательство Кислород, но не знать, что оно является импринтом «Росмэн» и что оно использует коммерческое обозначение. Также к вопросу 6 имеется шесть

вариантов ответа, пять из них указывают на знание издательства, и только один вариант - на незнание издательства и коммерческого обозначения. Такой набор вариантов ответа убеждает респондента, что он знает обозначение, т.е. является наводящим.

Вопрос 7 «*«Вам было или не было знакомо обозначение до прохождения данного вопроса?»*» - вопрос наводящий, т.к. перед ним расположен вопрос 6, где респонденты уже выбрали вариант о знании, и в вопросе 7 выберут его же.

Вопросы 2-4, 12-13 о том, какие услуги оказываются под словесным обозначением «Кислород», известно ли респондентам обозначение, когда они узнали обозначение - не позволяют сделать вывод, в отношении какого лица - Общества с ограниченной ответственностью "ОБЪЕДИНЕННАЯ РЕДАКЦИЯ. ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ "КИСЛОРОД" или Общества с ограниченной ответственностью «РОСМЭН» - респонденты знают или не знают обозначение.

Коллегия проанализировала представленные комментарии лаборатории РАН [35], в которых, подтверждается (см. 3 абзац, стр.9), что в задачу исследования не входило определение того, к какому именно лицу потребители относят данное обозначение.

Коллегия отмечает, что мнение потребителей в отношении какого лица респонденты знают или не знают обозначение является значимым, поскольку согласно материалам [21-25], представленным правообладателем оспариваемого товарного знака, им на протяжении длительного периода до даты приоритета оспариваемого товарного знака и начала использования обозначения «Кислород» лицом, подавшим возражение, использовалось обозначение «Кислород». В решении Суда по интеллектуальным правам от 20.08.2025 (см. дело № СИП-90/2025) указано, что «перечисленные доказательства в совокупности и взаимной связи подтверждают непрерывное (вопреки доводам истца) активное использование ответчиком на протяжении всей своей деятельности с 2001 по 2025 годы по изданию и реализации печатной продукции своего фирменного наименования, содержащего обозначение «Кислород» - с 2001 года, а с 2016 года использование ответчиком разработанного по договору от 03.10.2016 № 03/10-2016 логотипа. Именно данный логотип позднее

был зарегистрирован в качестве товарного знака по свидетельству Российской Федерации № 1024368» (стр. 27 Решения)».

Следовательно, обозначение «Кислород» в отношении исследуемых товаров и услуг могло стать известным благодаря деятельности Общества с ограниченной ответственностью "ОБЪЕДИНЕННАЯ РЕДАКЦИЯ. ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ "КИСЛОРОД", а не лица, подавшего возражение.

Принимая во внимание изложенные обстоятельства, коллегия пришла к выводу о том, что вышеуказанные материалы не доказывают известность обозначения «Кислород» как средства индивидуализации лица, подавшего возражение, а также в дело не было представлено материалов, свидетельствующих о фактическом введении потребителя в заблуждение относительно производителя товаров и услуг при восприятии оспариваемого товарного знака.

Таким образом, коллегия не имеет оснований для признания оспариваемого товарного знака не соответствующим требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

В материалы дела поступило обращение 15.09.2025, доводы которого повторяют доводы возражения и содержат несогласие с отказом в удовлетворении поступивших ходатайств, оценка данным доводам дана выше по тексту и дополнительного анализа не требует.

Также лицо, подавшее возражение, выражает мнение относительного того, что коллегия предвзято отнеслась к рассмотрению спора. Вместе с тем, рассмотрение возражения было проведено в строгом соответствии с Правилами ППС и данный довод носит субъективный характер и не имеет документального подтверждения.

Учитывая вышеизложенное, коллегия пришла выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 30.04.2025, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 1068279.**