

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты 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 30.04.2020 номер 644/2021, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за номером 59454 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 02.02.2026, поданное Обществом с ограниченной ответственностью "Интернет решения», Москва (далее – заявитель), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №996588, при этом установила следующее.

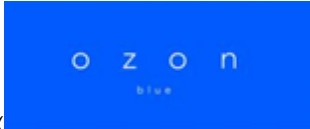


Оспариваемый товарный знак «  » по заявке №2023763228 с приоритетом от 14.07.2023 зарегистрирован 01.02.2024 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее - Госреестр) за №996588 в отношении товаров 03, 04, 11, 16, 20, 21, 24 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства, на имя Радчука Андрея Леонидовича, 141021, Московская область, г. Мытищи, ул. Юбилейная, 25, к. 2, кв. 180 (далее - правообладатель).

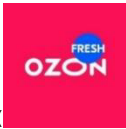
В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 02.02.2026 поступило возражение, в котором оспаривается правомерность предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 996588 ввиду того, что, по мнению лица, его подавшего, оспариваемая регистрация была произведена в нарушение требований пунктов 3 (1), 6 (2, 3) статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему.

Лицу, подавшему возражение, принадлежат права на общеизвестный товарный знак «**OZON.ru**» по свидетельству №176, а также на

товарные знаки «», «», «**Ozon Galaxy**», «**O3ON.pф**», «**OZON solutions**», «», «», «», «», «», «», «», «», «**OZON Seller**», «**OZONEDA**», «**OZONFOODY**», «», «», «», «», «», «», «**OZON ROCKET**», «**OZONALCO**», «», «**OZONMarket**»,

«O3OHMapкeт», «Ozon Pets», «OZON PREMIUM», «Ozon Sport», «Ozon Partners», «Ozon Home», «Ozon Baby», «Ozon Kids», «

«OZON Card», «OZON Money», «

», «

», «

», «

», «OZON Банк»,



«OZONBank», «OZON Invest», «

», «OZON Деньги», «OZON Кошелек», «

» по свидетельствам №№307917 (с приоритетом от 02.08.2005), 387077 (приоритет от 16.03.2007), 448111 (приоритет от 28.11.2011), 469068 (приоритет от 13.09.2011), 507470 (приоритет от 29.12.2012), 554896 (приоритет от 24.06.2014), 534371 (приоритет от 11.02.2015), 571653 (приоритет от 23.10.2014), 587182 (приоритет 11.08.2015), 615275 (приоритет от 09.03.2016), 615276 (приоритет от 09.03.2016), 653865 (приоритет от 28.06.2017), 672275 (приоритет от 05.10.2017), 708797 (приоритет от 29.06.2018), 721368 (приоритет от 02.11.2018), 721404 (приоритет от 02.11.2018), 752380 (приоритет от 06.02.2019), 758011 (приоритет от 06.02.2019), 836710 (приоритет от 22.06.2020), 836711 (приоритет от 22.06.2020), 862383 (приоритет от 05.04.2022), 862380 (приоритет от 05.04.2022), 862384 (приоритет от 05.04.2022), (приоритет от 05.04.2022), 862708 (приоритет от 06.04.2022), 866344 (приоритет от 25.04.2022), 865416 (приоритет от 20.04.2022), 865422 (приоритет от 20.04.2022), 868217 (приоритет от 11.04.2022), 892792 (приоритет от 19.09.2022), 915473 (приоритет от 10.03.2022), 915475 (приоритет от 25.03.2022), 929161 (приоритет от 10.03.2022), 929162 (приоритет от 10.03.2022), 929163 (приоритет от 10.03.2022), 923907 (приоритет от 19.04.2022), 910027 (приоритет от 13.04.2021), 910026 (приоритет от 13.04.2021), 941783 (приоритет от 02.11.2020), 939567 (приоритет от 02.11.2020), 941471 (приоритет от 10.03.2022), 952628 (приоритет от 20.04.2022),

947590 (приоритет от 02.11.2020), 946504 (приоритет от 10.12.2020), 941498 (приоритет от 09.12.2020), 937324 (приоритет от 13.04.2021), 937325 (приоритет от 13.04.2021), 955217 (приоритет от 13.04.2021), 947573 (приоритет от 07.06.2021), 963134 (приоритет от 13.04.2021), 963135 (приоритет от 13.04.2021), 988620 (приоритет от 24.08.2023).

По мнению лица, подавшего возражение, сопоставляемые товарные знаки являются сходными по фонетическому, семантическому и графическому критериям сходства, при этом сходство усиливается еще и за счет наличия у правообладателя серии товарных знаков с общим элементом, которому сходен оспариваемый товарный знак. Также в возражении обращено внимание, что к дополнительным обстоятельствам, увеличивающим вероятность смешения, относятся обстоятельства принадлежности общеизвестного товарного знака №176 лицу, подавшему возражение.

Лицом, подавшим возражение, исследована однородность сопоставляемых товаров и услуг, установлена их высокая степень.

На основании сходства и однородности заявитель просит применить пункт 6 (2, 3) статьи 1483 Кодекса как основание признания произведенной регистрации недействительной.

Кроме того, лицо, подавшее возражение, считает произведенную регистрацию несоответствующей требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса в связи с широкой известностью «сильной» части принадлежащей ему серии товарных знаков.

Согласно результатам, полученным исследовательским агентством «DATA insight», специализирующимся на рынке электронной коммерции, «OZON» с 2016 года занимает лидирующие позиции в рейтинге «ТОП-100 крупнейших российских интернет-магазинов». Рейтинг «DATA insight» подтверждает стремительный рост: в 2016-2017 гг. «OZON» занимал 7-е место в рейтинге, в 2018 – 4-е место, в 2019 – 3-е место, а в 2020-2024 гг. – 2-е место.

Лицо, подавшее возражение, сообщает о наградах, лидирующих местах в рейтингах различных исследовательских центров маркетплейсов, а также о функционирующем мобильном приложении «OZON». Представлен отчет АО «ВЦИОМ» относительно узнаваемости элемента «OZON». В возражении представлены фотографии продукции, маркированные противопоставляемыми товарными знаками.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 996588 недействительным в отношении всего перечня товаров 03, 04, 11, 16, 20, 21, 24 классов МКТУ.

В подтверждение доводов возражения представлены следующие дополнительные документы:

1. Распечатка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Интернет Решения»;
2. Аналитическая справка АО «ВЦИОМ»;
3. Распечатка в отношении товарного знака №996588

Правообладатель, уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении, представил отзыв по его мотивам, а также дополнения к нему от 01.06.2026, доводы которых сводятся к следующему.

В отзыве обращено внимание на то, что часть противопоставлений обладает более поздним приоритетом, а часть охраняется в отношении неоднородных товаров и услуг, ввиду чего отсутствует вероятность смешения оспариваемого знака с товарными знаками по свидетельствам №№ 448111, 653865, 507470, 615276, 554896, 534371, 672275, 615275, 866344, 865422, 941783, 939567, 963135, 923907, 721404, 587182, 721368, 862383, 862380, 758011, 862384, 862708, 865416, 915475, 941498, 988620.

В отношении остальных противопоставлений правообладатель проводит анализ сходства и приходит к выводу о его отсутствии за счет семантических, графических и фонетических отличий. Так, правообладатель обращает внимание на то, что словесный элемент «OZZO» в силу своего фонетического строения

потребителями будет восприниматься как слово с ударением на первом слоге, а словесный элемент «ozon», в свою очередь, имеет устоявшееся произношение с ударением на втором слоге, удвоенная согласная создает эффект акцентированного, более длительного произнесения звука.

Также в отзыве сообщается о том, что в иных классах, для которых зарегистрирована серия товарных знаков обратившегося лица, также представлены

иные знаки с обозначениями «**OZO**» № 698379, «**OZO**» МТЗ № 1293287, «**OZZ**» МТЗ № 1109337, «**owon**» МТЗ № № 1288205, «**ODON**» № 364984, «**Oson**» М ТЗ №1590350, «**onono**» МТЗ № 1116393, «**ozio**» №

1135335, «ДОЗОР» № 656878, «**OZF**» № 1174271, «**VOZOK**» № 737190, «**ZOROZ**» № 1202161, кроме того в отношении тех же товаров, что и оспариваемый товарный

знак зарегистрированы следующие обозначения: «**OZON**» № 465964,  № 244651, «**ORON**» МТЗ № 1659095, «**ODON**» № 972957, «**OSON**» МТЗ № 778588, «**ZOXON**» МТЗ № 668242,  № 887203.

Изложенное, по мнению правообладателя, свидетельствует о необходимости применения принципа законных ожиданий, так как, регистрируя оспариваемый товарный знак, была принята во внимание регистрационная практика сосуществования всех приведенных в пример товарных знаков и товарных знаков обратившегося лица друг с другом.

В отношении заявленного основания оспаривания по пункту 3 (1) статьи 1483 Кодекса, правообладатель в дополнениях к отзыву указал на отсутствие сходства, а, следовательно, на недопустимость смешения, а также на отсутствие доказательств узнаваемости обозначения «OZON» в отношении оспариваемых товаров и услуг 29, 30, 43, 44 классов МКТУ.

На основании изложенного правообладателем выражена просьба отказать в удовлетворении возражения, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №996588.

С отзывом представлен CD-диск с записью рекламного ролика и скриншоты интернет-источников.

Ознакомившись с отзывом и дополнениями к нему, лицо, подавшее возражение, представило свои возражения.

Лицо, подавшее возражение, полагает нарушенной методологию установления сходства, примененную правообладателем в анализе.

По мнению обратившегося лица, применим критерий общего впечатления, которое является сходным. Кроме того, отмечено, что в английском языке ударение не фиксировано и не регулируется простым правилом «первого слога», оно определяется происхождением, морфологией слова.

Согласно возражению, довод правообладателя товарного знака о том, что обозначение «OZZO» читается как «ОЦЦА» не соответствует действительности и противоречит базовым правилам русской орфоэпии и фонетики.

В возражении приведены примеры из административной и судебной практики в отношении установленного сходства других обозначений «Утя» и «Утенок», «UAD» и «УАЗ», «**Gross Hertz**» и «**Doppel herz**», которые признаны сходными друг с другом.

Приведены сведения о знаке «OSON» по международной регистрации №1590350, в регистрации которого как раз было отказано по причине наличия «старшего» товарного знака «OZON».

Также, обратившееся лицо приводит скриншоты поисковой выдачи браузеров, свидетельствующих, что по запросу «ozo» появляются результаты маркетплейса «ozon».

На основании приведенных доводов лицо, подавшее возражение, настаивает на удовлетворении его требований.

Изучив материалы дела, заслушав представителей участников спора, коллегия установила следующее.

С учетом даты (14.07.2023) приоритета оспариваемого знака по международной регистрации правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя 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 июля 2015 г. № 482 (далее - Правила).

В соответствии с подпунктом 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 к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В соответствии с пунктом 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с:

1) товарными знаками других лиц, заявленными на регистрацию в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет, если заявка на государственную регистрацию товарного знака не отозвана, не признана отозванной или по ней не принято решение об отказе в государственной регистрации;

2) товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет;

3) товарными знаками других лиц, признанными в установленном порядке общеизвестными в Российской Федерации товарными знаками, в отношении однородных товаров с даты более ранней, чем приоритет заявленного обозначения.

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 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

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 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).

Оспариваемый словесный товарный знак «» по свидетельству №996588 с приоритетом от 14.07.2023 выполнен буквами латинского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении товаров 03, 04, 11, 16, 20, 21, 24 классов МКТУ.

Противопоставленные товарные знаки [1]
«» по свидетельству №176, а также

товарные знаки [2] «  », [3] «  », [4]

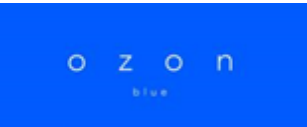
« **Ozon Galaxy** », [5] « **O3OH.pф** », [6] « **OZON solutions** », [7]

«  », [8] «  », [9] «  », [10]

«  », [11] «  », [12] «  »,

[13] «  », [14] «  », [15] « **OZON Seller** », [16]

« **OZONEDA** », [17] « **OZONFOODY** », [18] «  », [19]

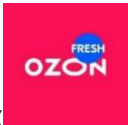
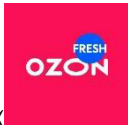
«  », [20] «  », [21] «  », [22]

«  », [23] «  », [24] « **OZON**

ROCKET », [25] « **OZONALCO** », [26] «  », [27]

« **OZONMarket** », [28] « **O3OHMarket** », [29] « **Ozon Pets** », [30] « **OZON PREMIUM** », [31] « **Ozon Sport** », [32] « **Ozon Partners** », [33] « **Ozon Home** », [34]

« **Ozon Baby** », [35] « **Ozon Kids** », [36] «  », [37] « **OZON Card** »,

[38] « **OZON Money** », [39] «  », [40] «  », [41] « **OZON Travel** », [42]

«  », [43] «  », [44] «  », [45] «  », [46] «**OZON Банк**», [47] «**OZONBank**», [48] «**OZON Invest**», [49]



« », [50] «**OZON Деньги**», [51] «**OZON**

Кошелек», [52] «  » по свидетельствам №№307917 (с приоритетом от 02.08.2005), 387077 (приоритет от 16.03.2007), 448111 (приоритет от 28.11.2011), 469068 (приоритет от 13.09.2011), 507470 (приоритет от 29.12.2012), 554896 (приоритет от 24.06.2014), 534371 (приоритет от 11.02.2015), 571653 (приоритет от 23.10.2014), 587182 (приоритет 11.08.2015), 615275 (приоритет от 09.03.2016), 615276 (приоритет от 09.03.2016), 653865 (приоритет от 28.06.2017), 672275 (приоритет от 05.10.2017), 708797 (приоритет от 29.06.2018), 721368 (приоритет от 02.11.2018), 721404 (приоритет от 02.11.2018), 752380 (приоритет от 06.02.2019), 758011 (приоритет от 06.02.2019), 836710 (приоритет от 22.06.2020), 836711 (приоритет от 22.06.2020), 862383 (приоритет от 05.04.2022), 862380 (приоритет от 05.04.2022), 862384 (приоритет от 05.04.2022), 862708 (приоритет от 06.04.2022), 866344 (приоритет от 25.04.2022), 865416 (приоритет от 20.04.2022), 865422 (приоритет от 20.04.2022), 868217 (приоритет от 11.04.2022), 892792 (приоритет от 19.09.2022), 915473 (приоритет от 10.03.2022), 915475 (приоритет от 25.03.2022), 929161 (приоритет от 10.03.2022), 929162 (приоритет от 10.03.2022), 929163 (приоритет от 10.03.2022), 923907 (приоритет от 19.04.2022), 910027 (приоритет от 13.04.2021), 910026 (приоритет от 13.04.2021), 941783 (приоритет от 02.11.2020), 939567 (приоритет от 02.11.2020), 941471 (приоритет от 10.03.2022), 952628 (приоритет от 20.04.2022), 947590 (приоритет от 02.11.2020), 946504 (приоритет от 10.12.2020), 941498 (приоритет от 09.12.2020), 937324 (приоритет от 13.04.2021), 937325 (приоритет от 13.04.2021), 955217 (приоритет от 13.04.2021), 947573 (приоритет от 07.06.2021), 963134 (приоритет от 13.04.2021), 963135 (приоритет от

13.04.2021), 988620 (приоритет от 24.08.2023) полностью состоят из элемента OZON /ОЗОН, либо включают его в качестве основного индивидуализирующего элемента.

Коллегия отмечает, что товарный знак по свидетельству №988620 [52] с приоритетом от 24.08.2023 не подлежит анализу в качестве противопоставления, так как его дата приоритета позднее, чем дата приоритета оспариваемого знака (14.07.2023).

В соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, предусмотренным подпунктами 1-4 пункта 2 статьи 1512 Кодекса, могут быть поданы заинтересованным лицом. При анализе возражения коллегией оценивалась заинтересованность лица, подавшего возражения, в его подаче.

Оценка материалов возражения позволяет установить, что предоставление правовой охраны оспариваемому товарному знаку затрагивает интересы лица, подавшего возражение, ввиду наличия у него исключительного права на товарные знаки [1-51]. Таким образом, лицо, подавшее возражение, является заинтересованным в его подаче.

Анализ оспариваемого товарного знака по свидетельству №996588 на соответствие требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса, показал следующее.

Оспариваемый товарный знак представляет собой словесное обозначение, поэтому может быть сопоставлено с противопоставляемыми товарными знаками только по критериям сходства словесных элементов.

Противопоставленные товарные знаки [2, 18, 43, 44] состоят исключительно из слова «OZON» или содержат его в качестве единственного словесного элемента. Фонетически слова «OZZO» и «OZON» воспроизводятся методом прямой транслитерации как «ОЗ-ЗО» и «О-ЗОН», то есть не совпадают по составу и расположению согласных звуков (удвоенная «з» в оспариваемом знаке, единичный звук «з» в конце первого слога, звонкая «Н» в конце второго слога в противопоставленных товарных знаках).

Коллегия отмечает, что сопоставляемые словесные элементы являются короткими словами, состоящими из четырех букв, двух слогов, поэтому в таких конструкциях расхождение в двух согласных буквах и звуках, расположенных в разных частях слов существенно влияет на фонетический ряд и создает достаточные отличия, чтобы обозначения воспринимались как разные, не связанные друг с другом слова.

Учитывая изложенное, коллегия приходит к выводу о фонетическом несхождении сопоставляемых словесных элементов.

Кроме того, коллегией приняты во внимание записи рекламных роликов, в которых озвучиваются обозначения из первой и последней гласных «О» с удвоенной согласной в середине слова, с одной стороны, и обозначение «OZON», с другой стороны, которые не сходны по своему звучанию и сосуществуют фактически.

Семантический критерий не подлежит применению в связи с отсутствием словарного значения у элемента «OZZO». Вопреки доводам правообладателя о семантическом несхождении, сопоставление обозначений по характеру заложенных в них понятий и идей невозможно в случае отсутствия значения у одного из сравниваемых обозначений.

С точки зрения графики словесные элементы «OZZO» и «OZON», выполненные буквами одинакового алфавита, тем не менее, не производят сходного впечатления за счет отличия двух графем из четырех, что является существенным при восприятии коротких слов.

Остальные противопоставляемые товарные знаки [1, 3, 4-15, 19-24, 26-41, 45-51] содержат дополнительные словесные элементы, помимо слов «OZON» / «ОЗОН».

Дополнительные словесные элементы в ряде противопоставляемых товарных знаков не входят в объем их правовой охраны: элемент «.ru» товарных знаков [3, 8, 9], элемент «РФ» противопоставленного знака [5], "production" товарного знака [7], «ДОСТАВКА» противопоставленного знака [10], "маркет" противопоставленного

знака [14], "Seller" противопоставленного знака [15], "PREMIUM" противопоставленного знака [30], "BABY" противопоставленного знака [34], "KIDS" противопоставленного знака [35], «Money» противопоставленного знака [38], "EXPRESS" противопоставленного знака [45], «Банк» противопоставленного знака [46], «Bank» противопоставленного знака [47], «INVEST» противопоставленного знака [48], «marketplace» противопоставленного знака [49], «Деньги» противопоставленного знака [50], "КОШЕЛЕК" противопоставленного знака [51].

Другие товарные знаки, хотя и содержат дополнительные словесные элементы («выбирайте», «Solutions», «global», «card»), которые входят в объём правовой охраны, их индивидуализирующая способность является слабой, ориентируя потребителей на сферу деятельности или сферу применения продукта.

Несмотря на то, что словесный элемент «OZON» в перечисленных товарных знаках занимает доминирующее положение и выполняет основную индивидуализирующую функцию, именно с него начинается прочтение обозначения, фонетические отличия с элементом «OZZO», установленные выше, дополнительно усиливаются за счет прибавления слов, удлиняющих звуковой ряд и визуальное восприятие обозначений. Признанные не сходными обозначения «OZZO» и «OZON» в этих случаях еще более отличаются друг от друга.

С точки зрения визуального восприятия имеют место отличия, за счет увеличенной длины и композиции противопоставляемых обозначений.

При сопоставлении оспариваемого знака ««» и противопоставляемых товарных знаков [16] «OZONEDA», [17] «OZONFOODY», [25] «**OZONALCO**», фонетическое сходство обозначений не усматривается, так как противопоставляемые товарные знаки имеют непрерывный более протяженный звуковой ряд, отличаясь во всех слогах, кроме первого.

С точки зрения графики у сопоставляемых обозначений не совпадают ни начало слов, ни их конец по написанию, что позволяет сделать вывод о разном зрительном впечатлении, производимом сопоставляемыми обозначениями.

Таким образом, противопоставляемые товарные знаки [1-51] и оспариваемый товарный знак не являются сходными друг с другом за счет установленного несходства по фонетическому и графическому критериям сопоставления словесных элементов «OZZO» и «OZON», «OZONEDA», «OZONFOODY», «OZONALCO».

Анализ однородности товаров 03, 04, 11, 16, 20, 21, 24 классов МКТУ, указанных в перечне оспариваемого товарного знака, и товаров и услуг, содержащихся в перечнях противопоставленных товарных знаков, показал следующее.

Товары 03 класса МКТУ *“антистатика бытовые; ароматизаторы [эфирные масла]; ароматизаторы воздуха; вода ароматическая; воски для полирования мебели и полов; воски полировочные; диффузоры с палочками ароматические; древесина ароматическая; изделия парфюмерные; масла для парфюмерии; масла косметические; масла туалетные; масла эфирные; масла эфирные для использования в ароматерапии; масла эфирные из кедра; масла эфирные из лимона; масла эфирные из цитрона; масло бергамотовое; масло гаультериевое; масло жасминное; масло лавандовое; масло миндальное; масло розовое; мыла; саше для ароматизации белья; свечи массажные для косметических целей; смеси ароматические из цветов и трав; соли для ванн, за исключением используемых для медицинских целей; эссенции эфирные; эссенция из бадьяна; эссенция мятная [эфирное масло]”* оспариваемого товарного знака однородны товарам 03 класса МКТУ *«дезодоранты для домашних животных; дезодоранты для человека или животных; средства косметические для животных; шампуни для животных [средства гигиенические немедикаментозные]; шампуни для комнатных животных [средства гигиенические немедикаментозные]»* противопоставленного товарного знака [29], услугам 35 класса МКТУ *«продажа оптовая гигиенических препаратов; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей»* противопоставленных товарных знаков [25-28, 39, 45], а также в части совпадают, а в остальной части однородны товарам 03 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [42], так как сравниваемые товары

относятся к одним и тем же родовым группам (косметически-парфюмерные средства, гигиенические, чистящие средства).

Товары 04 класса МКТУ *«брикеты из древесины; воск [сырье]; воск для освещения; масла для освещения; масла для тканей; ночники [свечи]; свечи ароматические; свечи для новогодних елок; свечи для освещения»* оспариваемого товарного знака однородны товарам 04 класса МКТУ *«ночники [свечи]; свечи ароматические; свечи для новогодних елок; свечи для освещения; свечи соевые»* противопоставленного товарного знака [33], а также в части совпадают, а в остальной части однородны товарам 04 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [42], так как сравниваемые товары относятся к одним и тем же родовым группам (масла, воски, свечи).

Товары 11 класса МКТУ *«абажуры; держатели для абажуров; оборудование для ванн; оборудование для саун; палочки светящиеся для освещения; приборы осветительные светодиодные; светильники; светильники напольные; светильники плафонные потолочные; фонтаны декоративные»* оспариваемого товарного знака идентичны товарам 11 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [42].

Товары 16 класса МКТУ *«авторучки; альбомы; альманахи; банкноты; банкноты сувенирные; бирки багажные из бумаги; бирки для каталожных карточек; бланки; блокноты; блокноты [канцелярские товары]; блокноты для рисования, черчения; брошюры; буклеты; бумага; вывески бумажные или картонные; держатели для документов [канцелярские принадлежности]; держатели для карандашей; держатели для ручек; держатели страниц; держатели удостоверений личности [офисные принадлежности]; диспенсеры для клейкой ленты [офисные принадлежности]; доски магнитные [офисные принадлежности]; доски чертежные; зажимы для денег; закладки для книг; издания печатные; изображения графические; инструменты чертежные; календари; карандаши; карандаши автоматические; карандаши угольные; картинки; карточки; карточки каталожные [канцелярские товары]; каталоги;*

коврики для пивных кружек бумажные; коврики для рабочего стола; коврики настольные из бумаги; конверты [канцелярские товары]; коробки бумажные или картонные; ленты самоклеящиеся канцелярские или бытовые; линейки чертежные; листовки; материалы графические печатные; материалы канцелярские для запечатывания; материалы переплетные; материалы упаковочные [прокладочные, набивочные] из бумаги или картона; мешки [конверты, пакеты] для упаковки бумажные или пластмассовые; наклейки напольные; наклейки самоклеящиеся [канцелярские товары]; несессеры для письменных принадлежностей [канцелярские товары]; несессеры для письменных принадлежностей [наборы]; обложки [канцелярские товары]; открытки поздравительные; папки на кольцах; папки-картотеки [конторские принадлежности]; папки-обложки для документов; перья для письма [офисные принадлежности]; печати [штампы]; плакаты; планшеты с зажимом; пленка пластиковая для упаковки; пленки пластиковые эластичные для паллетирования; пленки прозрачные [канцелярские товары]; подставки для книг; подставки для ручек и карандашей; принадлежности конторские, за исключением мебели; принадлежности письменные; принадлежности пишущие; принадлежности чертежные; принадлежности школьные [канцелярские товары]; продукция печатная; репродукции графические; ручки-маркеры [канцелярские принадлежности]; сумки для покупок из бумаги или пластика; тетради; товары канцелярские; упаковки для бутылок бумажные или картонные; этикетки из бумаги или картона» оспариваемого товарного знака однородны товарам 16 класса МКТУ «печатная продукция и издания; периодика; книги; учебники; альбомы; альманахи; проспекты; афиши, плакаты; брошюры; буклеты; бюллетени информационные; газеты; календари; атласы; канцелярские товары, в том числе авторучки; приборы, принадлежности письменные; гравюры; марки почтовые; картинки; репродукции графические; фотогравюры; открытки; учебные материалы; принадлежности школьные; флаги (бумажные); этикетки (за исключением тканевых)» противопоставленных товарных знаков [2, 3, 5, 9, 15], а также товарам «публикации электронные (загружаемые)» противопоставленного товарного знака [4], «печатная продукция; клейкие вещества для канцелярских и

бытовых целей; кисти; учебные материалы и наглядные пособия (за исключением аппаратуры); авторучки; альбомы; альманахи; атласы; афиши, плакаты; бланки уведомлений [канцелярские товары]; блокноты; блокноты [канцелярские товары]; блокноты для рисования, черчения; блокноты с отрывными листами; брошюры; буклеты; бюллетени информационные; газеты; гравюры; дыроколы [офисные принадлежности]; журналы [издания периодические]; издания периодические; издания печатные; календари; карандаши; карандаши автоматические; картинки; кисти для рисования; книги; марки почтовые; несессеры для письменных принадлежностей [канцелярские товары]; открытки музыкальные; открытки поздравительные; открытки почтовые; принадлежности письменные; принадлежности пишущие; принадлежности школьные [канцелярские товары]; проспекты; резинки для стирания; репродукции графические; ручки-маркеры [канцелярские принадлежности]; скрепки канцелярские; тетради; учебники [пособия]; флаги бумажные; фотогравюры; этикетки, за исключением текстильных» противопоставленных товарных знаков [18, 33], товарам 16 класса МКТУ «авторучки; альбомы; альманахи; атласы; афиши / плакаты; брошюры; буклеты; бюллетени информационные; газеты; журналы [издания периодические]; издания периодические; издания печатные; календари; карандаши; картинки; книги; коробки с красками [школьные принадлежности]; ленты клейкие [канцелярские товары]; ленты самоклеящиеся канцелярские или бытовые; линейки квадратные чертежные; линейки чертежные; марки почтовые; материалы графические печатные; материалы для обучения [за исключением приборов]; наклейки самоклеящиеся [канцелярские товары]; несессеры для письменных принадлежностей [канцелярские товары]; ноты печатные; обложки [канцелярские товары]; открытки музыкальные; открытки поздравительные; открытки почтовые; пастели [карандаши]; пеналы; портреты; приборы письменные; принадлежности письменные; принадлежности школьные [канцелярские товары]; продукция печатная; произведения искусства литографические; репродукции графические; ручки-маркеры [канцелярские принадлежности]; скоросшиватели [канцелярские принадлежности]; скрепки канцелярские; тетради; точилки для

карандашей электрические или неэлектрические; угольники чертежные; учебники [пособия]; флаги бумажные; эстампы [гравюры]; этикетки из бумаги или картона» противопоставленных товарных знаков [21, 30, 35, 37, 38, 42, 44, 46, 47, 48, 49, 50], товарам 16 класса МКТУ «мешки пластиковые для уборки отходов домашних животных» противопоставленного товарного знака [29], товарам «обложки для паспортов» противопоставленного товарного знака [41], так как сопоставляемые товары относятся к товарам одного рода – канцелярские товары, упаковочная продукция, изделия из бумаги и картона, печатная продукция.

Товары 20 класса МКТУ «буфеты; витрины [мебель]; гардеробы [шкафы платяные]; дверцы для мебели; диваны; диспенсеры для туалетной бумаги неметаллические; домики для домашних животных; завязки для занавесей; зажимы для кабелей и труб неметаллические; заклепки неметаллические; защелки неметаллические; картотеки [мебель]; коврики спальные; коврики спальные из бамбука или соломы; колесики для мебели неметаллические; комоды; консоли [мебель]; контейнеры мусорные неметаллические, за исключением используемых для медицинских целей; контейнеры неметаллические [для хранения и транспортировки]; конторки; кресла; кресла раздвижные легкие; кровати; кровати деревянные; кровати детские; кромка пластмассовая для мебели; кронштейны для мебели неметаллические; крышки столов; манежи для детей; мебель; мебель металлическая; мебель офисная; мебель школьная; ножки для мебели; ножки короткие для мебели; органайзеры подвесные для шкафов; перегородки для мебели деревянные; перегородки отдельностоящие [мебель]; подголовники [мебель]; подставки [мебель]; подставки для журналов; подставки для книг [мебель]; подушки; подушки диванные; подушки для клеток домашних животных; подушки для стабилизации младенцев; полки [мебель]; полки для библиотек; полки для картотечных шкафов; полки для мебели; полки для хранения; принадлежности постельные, за исключением белья; разделители для выдвижных ящиков; ручки дверные неметаллические; ручки круглые неметаллические; секретеры; сиденья металлические; скамьи [мебель]; стеллажи; стойки для зонтов; стойки для шляп; столики на колесиках для компьютеров [мебель];

столики рабочие на колени; столы; столы для пишущих машин; столы металлические; столы письменные; столы рабочие портативные; столы сервировочные; столы сервировочные на колесиках [мебель]; столы чертежные; стремянки-табуреты неметаллические; стулья [сиденья]; тележки [мебель]; фурнитура дверная неметаллическая; фурнитура мебельная неметаллическая; шарниры неметаллические; шкафы для документов; шкафы для лекарств; шкафы для раздевалок; шкафы для хранения пищевых продуктов; шкафы книжные; шкафы кухонные; шкафы платяные; шкафы стенные; ящики выдвижные мебельные» оспариваемого товарного знака идентичны соответствующим товарам в перечне противопоставленных товарных знаков [20, 21, 30, 33], а также однородны товарам 20 класса МКТУ «*домики для комнатных животных; домики для птиц; изделия деревянные для точки когтей для кошек / когтеточки для кошек; лежанки для комнатных животных; лежанки-гнезда для комнатных животных; подушечки для комнатных животных; раздатчики мешков для собачьих отходов, стационарные неметаллические»* противопоставленного товарного знака [29], товарам 20 класса МКТУ «*бамперы защитные для детских кроваток, за исключением постельного белья; коврики для детского манежа; коврики для пеленания детей многоразовые; коврики спальные; колыбели; корзины-переноски для новорожденных; кровати детские; манежи для детей; столы; столы письменные; столы чертежные; ходунки детские; ящики для игрушек; коврики напольные для сна; маты для сна; подстилки для пеленания детей; столы для рисования и черчения»* противопоставленных товарных знаков [34-35, 42], так как сопоставляемые товары представляют собой мебель, а также комплектующие элементы.

Товары 21 класса МКТУ «*аквариумы комнатные; аэраторы для вина; блюда-подносы для овощей; блюдца; бутылки; бутылки оплетенные; вазы; вазы для обеденного стола; вазы для фруктов; ведра мусорные для бытовых целей; вертела металлические; вилки для барбекю; вилки сервировочные; вывески из фарфора или стекла; гасильники для свечей; горшки для цветов; графины; держатели для губок; держатели для зубочисток; держатели для мыла; держатели для салфеток; держатели для цветов и растений [в цветочных композициях]; держатели*

туалетной бумаги; диффузоры масляные ароматические, за исключением тростниковых, электрические и неэлектрические; доски для резки кухонные; доски для резки хлеба; емкости кухонные; емкости стеклянные [бутыли для кислот]; емкости термоизоляционные; емкости термоизоляционные для напитков; емкости термоизоляционные для пищевых продуктов; кашпо, за исключением бумажных; колбы стеклянные [сосуды]; корзинки для хлеба бытовые; корзины бытовые; корзины для бумаги; корзины мусорные для бытовых целей; коробки для завтрака; коробки для конфет; коробки для чая; кружки; кружки пивные; кружки пивные с крышкой; кувшины; ложки для мороженого; ложки для перемешивания [кухонная утварь]; ложки разливательные [кухонная утварь]; лопатки косметические; лопатки кухонные; лотки для мелочей [емкости для мелких предметов] для бытовых целей; миски [чаши]; миски суповые; наборы для специй; наборы кухонной посуды; несессеры для туалетных принадлежностей; ножи для резки бисквитов [кухонные принадлежности]; ножи для теста; палочки для еды; палочки для замороженных кондитерских изделий; подносы бытовые; подносы бытовые бумажные; подсвечники; подставки для графинов, за исключением бумажных или текстильных; подставки для меню; посуда; посуда глиняная; посуда для варки; посуда из окрашенного стекла; посуда столовая, за исключением ножей, вилок и ложек; посуда фарфоровая; посуда фаянсовая; посуда хрустальная [стеклянная]; салатницы; сахарницы; сервизы [посуда]; сервизы кофейные [столовая посуда]; сервизы ликерные; сервизы чайные [столовая посуда]; сосуды для питья; стаканы [емкости]; стаканы для напитков; тарелки; термосы; террариумы для выращивания растений в комнатных условиях; тряпки для мытья полов; тряпки для полировки; тряпки для уборки; тряпки для удаления пыли; тряпки для удаления пыли с мебели; утварь бытовая; утварь кухонная; флаконы; флаги карманные; флаги спортивные; формы [кухонная утварь]; формы для выпечки; формы для выпечки из бумаги; формы для выпечки из силикона; формы для льда; формы кулинарные; чайники заварочные; чашки; чехлы для коробок с салфетками; чехлы на кружки; ящики для растений» идентичны соответствующим товарам в перечне противопоставленных товарных знаков [21, 30, 33, 42], а также однородны товарам

21 класса МКТУ «аквариумы комнатные; клетки для комнатных животных; клетки для птиц; кормушки; кормушки для домашних животных, автоматические; кормушки для животных; лотки туалетные для домашних животных; поилки; щетина животных [щетки и кисти]» противопоставленного знака [29], товарам 21 класса МКТУ «ванны детские переносные; подогреватели бутылок с сосками для детского питания неэлектрические» противопоставленных знаков [34-35], товарам 21 класса МКТУ «термосы; фляги карманные; фляги спортивные» противопоставленного знака [41], так как представляют собой изделия кухонные и бытовые сходного назначения и условий реализации.

Товары 24 класса МКТУ «белье для домашнего хозяйства; белье из узорчатого полотна; белье постельное; белье столовое, за исключением бумажного; материалы для обивки мебели текстильные; материалы для текстильных изделий; материалы текстильные; одеяла; платки носовые из текстильных материалов; пледы для пикника; пледы дорожные; подхваты для занавесей текстильные; покрывала постельные; покрывала постельные бумажные; полотенца для йоги; полотенца для лица текстильные; полотенца кухонные; полотенца текстильные; полотенца чайные; портьеры [занавеси]; простыни; салфетки для полировки стекла [полотенца]; салфетки сервировочные текстильные; салфетки столовые текстильные; скатерти клеенчатые; скатерти, за исключением бумажных; чехлы для диванных подушек; чехлы для мебели; чехлы для подушек; этикетки из текстильных материалов» оспариваемого товарного знака однородны товарам 24 класса МКТУ «одеяла; одеяла для домашних животных» противопоставленного знака [29], а также идентичны товарам 24 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [33, 42].

Таким образом, установлена однородность всех товаров 03, 04, 11, 16, 20, 21, 24 классов МКТУ оспариваемого товарного знака товарам и услугам противопоставленных товарных знаков [2-5, 9, 15, 18, 20-21, 25-30, 33-35, 37-39, 41, 42, 44-50], ввиду совпадения по признакам родовой принадлежности, назначению, условиям сбыта.

Ряд противопоставлений не содержат однородных товаров и услуг. Так, являются неоднородными противопоставленные товарные знаки [6, 7] (охраняются для услуг 35, 36, 38, 39, 41, 42 классов МКТУ), [8] (охраняется для товаров 28 класса МКТУ), [10] (охраняется для услуг 35, 36, 39 классов МКТУ), [11-13] (охраняются для услуг 35, 39 классов МКТУ), [14] (охраняется для товаров и услуг 29-30, 35, 39 классов МКТУ), [16-17] (охраняются для услуг 35, 39, 42, 43 классов МКТУ), [19] (охраняется для услуг 35, 39, 42 классов МКТУ), [22-24] (охраняется услуг 39 класса МКТУ), [31] (охраняется для товаров 09, 12, 14, 18, 21, 25, 26, 27, 28, 32 классов МКТУ), [32] (охраняется для неоднородных товаров 09 класса МКТУ и услуг 35, 36, 38, 39, 41, 42, 45 классов МКТУ), [36] (охраняется для услуг 35, 45 классов МКТУ), [40] (охраняется для неоднородных товаров 32 класса МКТУ), [43] (охраняется для неоднородных услуг 35, 43 классов МКТУ), [51] (охраняется для неоднородных услуг 35, 38, 42, 45 классов МКТУ).

Что касается противопоставления товарного знака [1], который признан общеизвестным в отношении услуг 35 класса МКТУ *«демонстрация товаров в сети Интернет; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная] через сеть Интернет; продвижение товаров для третьих лиц, включая услуги розничной продажи, через сеть Интернет»*, то данные услуги не конкретизированы по назначению до оказываемых в отношении товаров 03, 04, 11, 16, 20, 21, 24 классов МКТУ, поэтому сопоставляемые товары и услуги не однородны друг другу, так как отсутствуют признаки сопутствия сопоставляемых позиций.

Таким образом, установлена однородность товаров 03, 04, 11, 16, 20, 21, 24 классов МКТУ оспариваемого товарного знака товарам и услугам противопоставленных товарных знаков [2-5, 9, 15-18, 20, 21, 25-30, 33- 35, 37-39, 41, 42, 44-50], ввиду совпадения по признакам родовой принадлежности, назначению, взаимодополняемости и взаимозаменяемости.

Что касается противопоставлений [1, 6-8, 10-14, 16, 17, 19, 22-24, 31, 32, 36, 40, 43,51], то сходство до степени смешения не может быть установлено за счет

отсутствия однородности сравниваемых товаров и услуг, но вместе с тем, в отношении остальных товарных знаков, с которыми однородность установлена, не установлены признаки сходства.

Таким образом, даже в отношении товарных знаков, с которыми установлена однородность товаров, не может быть сделан вывод о сходстве до степени смешения, так как отсутствует необходимое для этого условие о сходстве обозначений.

Коллегия при этом поясняет, что вероятность смешения противопоставляемых товарных знаков и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров/услуг для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения.

Следует обратить внимание, что степень однородности товаров и степень сходства обозначений устанавливаются автономно друг от друга. Выше в настоящем заключении установлено отсутствие сходства и вместе с тем тождество или высокая степень однородности товаров, что, однако не может расцениваться в качестве обстоятельства, компенсирующего отсутствие сходства.

Коллегией дополнительно оценены доказательства, которые были представлены лицом, подавшим возражение, в качестве иллюстрации необходимости применения пункта 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" (далее – Постановление Пленума №10).

В соответствии с положениями пункта 162 Постановления Пленума №10 определяя вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения, необходимо оценивать и иные обстоятельства, в том числе: используется ли товарный знак правообладателем в отношении конкретных товаров; длительность и объем использования товарного знака правообладателем; степень известности, узнаваемости товарного знака; степень внимательности потребителей (зависящая в

том числе от категории товаров и их цены); наличие у правообладателя серии товарных знаков, объединенных общим со спорным обозначением элементом.

Коллегией принята во внимание принадлежность лицу, подавшему возражение, серии товарных знаков, объединенных общим словесным элементом «OZON» путем прибавления к нему дополнительных словесных элементов. Вместе с тем, образование серии знаков словесным элементом, с которым оспариваемый знак сходным не является, не усиливает вероятность их смешения в обороте.

Принадлежащий обратившемуся лицу товарный знак «**OZON.ru**» по свидетельству №176 признан общеизвестным с даты 31.12.2015 в отношении услуг 35 класса МКТУ *«демонстрация товаров в сети Интернет; информация и советы коммерческие потребителям [информация потребительская товарная] через сеть Интернет; продвижение товаров для третьих лиц, включая услуги розничной продажи, через сеть Интернет»*.

Вместе с тем, ввиду отсутствия сходства и однородности этого общеизвестного товарного знака с оспариваемым, данные обстоятельства к смешению сравниваемых обозначений не ведут.

По совокупности установленных обстоятельств коллегия пришла к выводу о том, что предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №996588 соответствует требованиям пункта 6 (2, 3) статьи 1483 Кодекса.

Данные выводы подтверждаются приведенной правообладателем практикой сосуществования товарных знаков «**OZO**» № 698379, «**OZO**» МТЗ № 1293287, «**OZZ**» МТЗ № 1109337, «**owon**» МТЗ № № 1288205, «**ODON**» № 364984, «**Oson**» М ТЗ №1590350, «**onono**» МТЗ № 1116393, «**o3ф**» № 1135335, «**DOZOP**» № 656878, «**OZF**» № 1174271, «**VOZOK**» №737190, «**ZorOZ**» № 1202161, кроме того в отношении тех же товаров, что и оспариваемый товарный знак зарегистрированы следующие обозначения: «**OZON**»

№465964, «» №244651, «» МТЗ №1659095, «» №972957, «ZOXON» МТЗ № 668242, «» № 887203.

Анализ правомерности предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №996588 с точки зрения соответствия требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса, показал следующее.

Применение данного основания оспаривания связано с возможностью ассоциирования оспариваемого знака с иным производителем товаров или лицом, оказывающим услуги, а именно, с лицом, подавшим возражение.

В рамках данного основания оспаривания подлежит исследованию насколько оспариваемый товарный знак в отношении товаров 03, 04, 11, 16, 20, 21, 24 классов МКТУ ошибочно воспринимается потребителями в качестве средства индивидуализации обратившегося лица.

Анализ представленных с возражением доводов и документов показал следующее.

Согласно исследованию от 23.07.2024, проведенному АО «ВЦИОМ» в феврале-апреле 2024 года об уровне известности обозначения «» установлено, что при выборке 2000 человек, 95% опрошенных знакомо исследуемое обозначение как средство индивидуализации услуг интернет-магазинов, маркетплейсов, 83% - для мобильных приложений для покупки товаров, 73% для услуг доставки. Также исследована узнаваемость в отношении оборудования медицинского, услуг автосервисов, прачечных, стоматологических клиник, клининговых услуг, однако для перечисленных областей деятельности узнаваемость обозначения «» составила менее 5% респондентов.

Отвечая на вопрос о длительности знакомства с исследуемым обозначением в качестве названия интернет-магазина, 38% опрошенных соотнесли его с периодом 2014-2019 гг., 36% - с 2020-2022 годами, 10 % - с 2009-2013 годами, 6% - с 2023-2024 годами.

Кроме того, обратившееся лицо по тексту возражения приводит сведения о показателях включения в рейтинги различных компаний.

Так, согласно результатам, полученным исследовательским агентством «DATA insight», специализирующимся на рынке электронной коммерции, «OZON» с 2016 года занимает лидирующие позиции в рейтинге «ТОП-100 крупнейших российских интернет-магазинов». Рейтинг «DATA insight» подтверждает стремительный рост: в 2016-2017 гг. «OZON» занимал 7-е место в рейтинге, в 2018 – 4-е место, в 2019 – 3-е место, а в 2020-2024 гг. – 2-е место¹.

Согласно сайту «top20brands.ru» - «любимые бренды россиян», «OZON» с 2019 года занимает первое место в рейтинге.

Обстоятельства лидирования обозначения «» в рейтингах любимых товаров и узнаваемости «» как интернет-магазина с 2015 года не приводят к выводу о том, что потребители воспринимают обозначение «» на товарах 03, 04, 11, 16, 20, 21, 24 классов МКТУ, в качестве обозначения, используемого компанией «Интернет Решения» ввиду отсутствия сходства обозначений между собой, признаков однородности товаров.

Установленный статус общеизвестного товарного знака «» предполагает настолько широкую известность противопоставляемого товарного знака [1], что услуги торговли иных лиц, оказываемые под сходным обозначением способны ошибочно восприниматься как услуги, оказываемые под контролем или с согласия владельца общеизвестного товарного знака.

Учитывая, что в перечне оспариваемого товарного знака отсутствуют услуги торговли 35 класса МКТУ, а также учитывая отсутствие сходства сопоставляемых обозначений, у коллегии отсутствуют основания для применения пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса.

¹ www.top100.datainsight.ru/

Кроме того, в приведенных данных отсутствуют сведения об узнаваемости обозначения «**OZON**» в отношении товаров 03, 04, 11, 16, 20, 21, 24 классов МКТУ, для которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак.

Материалами возражения не доказано, что оспариваемый товарный знак «» по свидетельству №996588 ошибочно воспринимается потребителями как средство индивидуализации обратившегося лица в отношении товаров 03, 04, 11, 16, 20, 21, 24 классов МКТУ.

Кроме того, ряд представленных сведений не может быть учтен коллегией по следующим причинам.

В отношении доводов о рейтинге ведущих мировых маркетплейсов, составленном компанией «Webretailer», а также о данных «Медиаскоп» относительно посещаемости маркетплейса «OZON», коллегия отмечает отсутствие документального подтверждения, а интернет-ссылки, которые иллюстрируют приведенную информацию, позволяют открыть официальный сайт учреждения, не перемещая на страницы с результатами исследования («Медиаскоп»), сведения представлены на иностранном языке, а перевод, заверенный переводчиком не представлен (www.webretailer.com/marketplaces-worldwide/online-marketplaces/).

Кроме того, обратившимся лицом представлена сводная таблица о местах в рейтингах, полученных наградах в номинациях конкурсов, которая, однако, не подтверждена первоисточниками, поэтому не может быть учтена в качестве доказательства по делу.

Перечисленные доводы в данной связи являются декларативными, так как не подтверждены приложенными документами (дипломами, исследованиями, рейтингами, наградами).

Резюмируя все вышеизложенное, коллегия поясняет, что в настоящем заключении установлено соответствие произведенной регистрации требованиям пунктов 3 (1) и 6 (2, 3) статьи 1483 Кодекса в отношении всего объема товаров, для которых товарный знак по свидетельству №996588 зарегистрирован.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 02.02.2026, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №996588.