

Приложение
к решению Федеральной службы по интеллектуальной
собственности

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 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 04.06.2025 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 536980, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Шишкин Лес Холдинг», Москва (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установила следующее.

Государственная регистрация оспариваемого товарного знака произведена по заявлению правообладателя, поступившему в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 08.09.2014, о признании действия исключительного права на товарный знак «**ШИШКИН ЛЕС**», удостоверенного официальным документом Украины, действовавшим по состоянию на день принятия в Российскую Федерацию Республики Крым и образования в составе Российской Федерации новых субъектов в порядке, установленном частью пятой статьи 13.1 Федерального закона Российской Федерации от 18.12.2006 № 231-ФЗ «О введении в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», введенной Федеральным законом Российской Федерации от 21.07.2014 № 252-ФЗ «О внесении дополнения в Федеральный закон «О введении в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее – статья 13.1 Федерального закона № 231-ФЗ).

Указанный товарный знак внесен в Государственный реестр товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр), а Обществу с

ограниченной ответственностью «Нарзан Крымский», Республика Крым (далее – правообладатель), выдано свидетельство на товарный знак № 536980. Правовая охрана товарного знака по свидетельству № 536980 предоставлена в отношении товаров 32 и услуг 35 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), приведенных в перечне регистрации.

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 04.06.2025, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 536980 произведена в нарушение требований, установленных пунктом 3 статьи 1483 Кодекса. В возражении приведены следующие доводы:

- ООО «Шишкин Лес Холдинг» стало известно из обращения розничного потребителя о принятии в отношении иного лица решения о государственной регистрации товарного знака «ШИШКИН ЛЕС» с выдачей свидетельства № 536980;

- лицо, подавшее возражение, является правообладателем серии комбинированных товарных знаков, содержащих словесный элемент «ШИШКИН ЛЕС», присутствующий в составе спорного товарного знака, а именно товарных знаков по свидетельствам №№266609, 605944, 167685, 777490, 761211, 630019, 244862, 835857, 835858, а также международных регистраций №№1298851, 1298850, действующих в отношении товаров и услуг 05, 32 и 35 классов МКТУ;

- право на товарный знак № 167685, содержащий словесный элемент «ШИШКИН ЛЕС» и изобразительный элемент в виде горного пейзажа, возникло у ООО «Шишкин Лес Холдинг» 03.03.1998, то есть задолго до даты подачи заявки на регистрацию оспариваемого знака в стране происхождения – 26.08.2005;

- ООО «Шишкин Лес Холдинг» также является правообладателем товарных знаков по свидетельствам №№244862, 761211, 630019, 1298850, содержащих словесный элемент «Cone-Forest», являющийся переводом обозначения «ШИШКИН ЛЕС» на английский язык и соответствующий доменному имени сайта лица, подавшего возражение – cone-forest.ru;

- письмо № 04/24-22261/08 от 12.12.2024, адресованное ООО «Шишкин Лес Холдинг», подтверждает отсутствие законодательного запрета на оспаривание

правовой охраны товарных знаков, зарегистрированных на основании статьи 13.1 Федерального закона № 231-ФЗ, в том числе по основанию способности товарного знака вводить потребителя в заблуждение;

- параллельное существование товарного знака по свидетельству № 536980, правообладателем которого является ООО «Нарзан Крымский», и товарных знаков по свидетельствам №№ 266609, 605944, 167685, 777490, 835857, 835858, 1298851, принадлежащих ООО «Шишкин Лес Холдинг», является недопустимым, поскольку вводит потребителей в заблуждение относительно товара, его изготовителя и места производства;

- наличие признаков введения потребителей в заблуждение товарным знаком по свидетельству № 536980 подтверждается заключением № 309-2024 от 24.12.2024, подготовленным экспертами в области социологии;

- наличие у ООО «Шишкин Лес Холдинг» исключительных прав на серию товарных знаков, содержащих словесный элемент «ШИШКИН ЛЕС», идентичный словесному элементу оспариваемого обозначения, а также пересечение товаров и услуг, указанных в перечнях соответствующих свидетельств, подтверждают наличие заинтересованности ООО «Шишкин Лес Холдинг» в оспаривании правовой охраны товарного знака по свидетельству № 536980;

- оспариваемый товарный знак вводит потребителей в заблуждение относительно правообладателя товарного знака, производителя продукции и места ее производства;

- упакованная питьевая вода «ШИШКИН ЛЕС» под товарными знаками по свидетельствам № 777490 и № 761211 производится в поселке Шишкин Лес города Москвы, а производителем продукции является ООО «Шишкин Лес Торг», являющееся аффилированным лицом ООО «Шишкин Лес Холдинг» и использующее соответствующие товарные знаки на основании лицензионного договора от 20.08.2021;

- потребители, введенные в заблуждение, адресуют ООО «Шишкин Лес Торг» претензии в отношении продукции, реализуемой под оспариваемым товарным

знаком, ошибочно полагая, что производителем такой продукции является именно ООО «Шишкин Лес Торг»;

- ООО «Шишкин Лес Холдинг» и ООО «Шишкин Лес Торг» являются аффилированными организациями, связанными общими стратегическими и управленческими интересами, совместным использованием ресурсов и координацией деятельности (имеет место наличие общих бизнес-целей, использование лицензионных договоров и единое местонахождение, управленческий контроль посредством одного генерального директора);

- на электронные адреса ООО «Шишкин Лес Холдинг» и ООО «Шишкин Лес Торг» поступали обращения от потребителей и потенциальных контрагентов, ошибочно связывавших продукцию, реализуемую под оспариваемым товарным знаком № 536980, с деятельностью указанных организаций;

- в подтверждение факта смешения к возражению приложено письмо индивидуального предпринимателя с предложением оказания услуг перевозки и хранения питьевой воды «Шишкин Лес Природная вода Кавказских гор», которая не является продукцией ООО «Шишкин Лес Холдинг»;

- продукция лица, подавшего возражение, не производится на территории Кавказа и Кавказских гор, в отличие от продукции, реализуемой под оспариваемым товарным знаком;

- ООО «Шишкин Лес Холдинг» и ООО «Шишкин Лес Торг» также получили письмо организации с запросом о том, является ли одноименная вода «ШИШКИН ЛЕС» продукцией ООО «Шишкин Лес Холдинг» и ООО «Шишкин Лес Торг» либо представляет собой поддельную продукцию;

- указанные факты подтверждают введение в заблуждение потребителей и коммерческих субъектов относительно производителя и места производства продукции, а также подтверждают заинтересованность ООО «Шишкин Лес Торг» в оспаривании правовой охраны товарного знака по свидетельству № 536980;

- в связи с появлением на рынке продукции под оспариваемым товарным знаком № 536980 и поступлением претензий и обращений в адрес ООО «Шишкин Лес Холдинг» и ООО «Шишкин Лес Торг» генеральным директором указанных

организаций была проведена проверка, установившая, что вводящая потребителей в заблуждение питьевая вода под товарным знаком «ШИШКИН ЛЕС» производится с согласия и по заказу ООО «Нарзан Крымский»;

- указанные обстоятельства подтверждаются информацией, содержащейся на этикетке соответствующей продукции, а также ответами Роспотребнадзора от 09.08.2024 и 29.08.2024, предоставленными в адрес ООО «Шишкин Лес Торг» потребителем;

- в своей претензии потребителем указано, что при приобретении воды под оспариваемым товарным знаком № 536980 имелся ввод в заблуждение, связанный с тем, что фактически приобретен иной продукт, а не известная потребителю продукция;

- от имени ООО «Нарзан Крымский» также подана заявка № 2024768889 на



регистрацию этикетки «»;

- регистрация товарного знака по свидетельству № 536980 затрагивает права и законные интересы ООО «Шишкин Лес Холдинг», что подтверждает наличие заинтересованности в оспаривании предоставления правовой охраны указанному товарному знаку;

- продукция правообладателя является однородной товарам и услугам 32 и 35 классов МКТУ, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак;

- сравниваемые обозначения имеют идентичный буквенный состав, выполнены в черно-белом исполнении, не обладают оригинальной графикой и в связи с доминированием словесного элемента являются фонетически тождественными и визуально сходными;

- для потребителя при выборе товара первостепенное значение имеет словесная составляющая обозначения, поскольку именно она воспроизводится на ценнике продукции и воспринимается покупателем при совершении покупки;

- ООО «Шишкин Лес Холдинг» является владельцем серии товарных знаков, объединенных базовым элементом «Шишкин Лес», что имеет существенное значение для оценки сходства обозначений;

- на дату публикации сведений об оспариваемом товарном знаке товарный знак ООО «Шишкин Лес Холдинг» существовал более восьми лет и являлся хорошо известным и узнаваемым среди потребителей;

- согласно обзору российского рынка минеральной и питьевой воды за 2004 год, продукция под товарным знаком «ШИШКИН ЛЕС» входила в десятку наиболее популярных марок питьевой воды в Москве;

- по результатам исследования рынка минеральной и питьевой воды за 2006 год, проведенного маркетинговым агентством, продукция лица, подавшего возражение, вошла в десятку наиболее узнаваемых марок питьевой и минеральной воды России;

- рекламные публикации в журнале в июне 2001 года подтверждают, что продукция под товарным знаком «ШИШКИН ЛЕС» производилась и рекламировалась в России уже в 2001 году;

- активное производство и продвижение продукции под товарным знаком «ШИШКИН ЛЕС» осуществлялось начиная с 2004 года, что подтверждается включением бренда в программу «100 лучших товаров России» и подписанием декларации качества от 24.11.2004;

- ООО «Шишкин Лес Холдинг» осуществляло распространение продукции в благотворительных и рекламных целях на мероприятиях, проводимых в Москве и Московской области, что подтверждается благодарственным письмом Министерства культуры Московской области в 2004 году;

- на дату приоритета (26.08.2005) обозначение «ШИШКИН ЛЕС» уже являлось узнаваемым и ассоциировалось у потребителей с ООО «Шишкин Лес Холдинг»;

- ООО «Шишкин Лес Холдинг» были инициированы социологическое исследования, в рамках которого устанавливалось наличие либо отсутствие социологических признаков опасности введения потребителей в заблуждение

относительно производителя товаров и услуг под обозначением «ШИШКИН ЛЕС» на текущую дату, а также ретроспективно по состоянию на 08.09.2014 и 26.08.2005;

- подавляющее большинство респондентов указали, что товары и услуги под исследуемыми обозначениями производятся одной организацией либо разными, но связанными между собой организациями, при этом аналогичные результаты были получены как в отношении текущего периода, так и в отношении дат 08.09.2014 и 26.08.2005; указанные представления потребителей не соответствуют действительности;

- большинство респондентов полагают, что обозначение «ШИШКИН ЛЕС» содержит указание на производителя товаров либо услуг;

- в товарных знаках ООО «Шишкин Лес Холдинг» словесное обозначение «ШИШКИН ЛЕС», воспроизводящее фирменное наименование, размещено на синей плашке;

- право на фирменное наименование ООО «Шишкин Лес Холдинг» возникло 24.10.2002, то есть задолго до подачи заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака, что подтверждается выпиской из единого государственного реестра юридических лиц (далее – ЕГРЮЛ);

- на основании результатов социологического исследования специалисты пришли к выводу о наличии социологических признаков опасности введения потребителей в заблуждение относительно производителя при присутствии на рынке продукции ООО «Нарзан Крымский» под обозначением «ШИШКИН ЛЕС»;

- аналогичные выводы были сделаны как применительно к текущему периоду, так и в отношении ретроспективных дат 08.09.2014 и 26.08.2005;

- наименование «ШИШКИН ЛЕС» порождает у потребителя представление о том, что сравниваемая продукция представляет собой одну и ту же воду с идентичными свойствами, что не соответствует действительности;

- маркировка упакованной питьевой воды должна соответствовать требованиям ТР ТС 022/2011 и пунктов 36 – 50 ТР ЕАЭС 044/2017 и содержать достоверную информацию о продукте;

- на этикетке воды ООО «Эльбруссия» содержатся сведения о месте водозабора – скважине № 7 Кардоникского месторождения подземных вод, при том что в соответствии с требованиями ТР ЕАЭС 044/2017 такая информация указывается применительно к природной питьевой воде, к которой продукция ООО «Эльбруссия» не относится с учетом способов обработки воды, указанных на этикетке;

- указанные на этикетке способы обработки свидетельствуют о том, что продукция ООО «Эльбруссия» представляет собой обработанную питьевую воду;

- на этикетке продукции ООО «Эльбруссия» отсутствует обязательное указание «газированная» либо «негазированная», предусмотренное требованиями ТР ЕАЭС 044/2017;

- согласно пункту 36 ТР ЕАЭС 044/2017 в наименовании обработанной питьевой воды должны присутствовать слова «вода питьевая» с последующим указанием придуманного названия, тогда как ООО «Эльбруссия» использует в наименовании характеристику воды как гидрокарбонатной магниевой-кальциевой;

- анализ химического состава продукции свидетельствует о том, что сравниваемые продукты обладают различными свойствами;

- продукция ООО «Шишкин Лес Холдинг» представляет собой питьевую воду слабой минерализации, обработанную с использованием ионного обмена, обратного осмоса и ультрафиолетового облучения;

- продукция ООО «Эльбруссия», произведенная по заказу ООО «Нарзан Крымский», позиционируется как гидрокарбонатная магниевая-кальциевая вода средней жесткости, отличающаяся по своим свойствам от продукции ООО «Шишкин Лес Холдинг»;

- содержание кальция и магния в воде «ШИШКИН ЛЕС» является минимальным, вследствие чего данная вода не может характеризоваться как кальциево-магниевая;

- изложение информации на этикетке продукции ООО «Эльбруссия», не соответствующее требованиям ТР ТС 022/2011 и ТР ЕАЭС 044/2017, способно ввести потребителя в заблуждение;

- технология очистки воды «ШИШКИН ЛЕС» основана на применении обратного осмоса, обеспечивающего удаление большей части примесей и солей и формирование воды с низким содержанием минералов;

- вода ООО «Эльбруссия» добывается из скважины Кардоникского месторождения и подвергается иной обработке, включающей фильтрацию, ионный обмен и ультрафиолетовое облучение;

- несмотря на отдельные сходства, сравниваемые виды воды обладают существенными различиями, способными повлечь негативные последствия для потребителей при ошибочной замене одного продукта другим;

- содержание кальция в продукции ООО «Эльбруссия» превышает соответствующие показатели продукции ООО «Шишкин Лес Холдинг», что может негативно сказаться на здоровье потребителей;

- повышенное содержание кальция в питьевой воде может приводить к нарушению баланса кислот и щелочей, проблемам пищеварения, заболеваниям желудочно-кишечного тракта, негативному воздействию на сердечно-сосудистую систему, а также к ревматизму и артриту; бесконтрольное и длительное употребление воды с повышенным содержанием кальция, по мнению лица, подавшего возражение, способно приводить к отложению солей, заболеваниям почек и поражению сосудов;

- существенным различием между сравниваемыми продуктами является также содержание натрия; согласно СанПиН 2.1.4.1074-01 и ТР ЕАЭС 044/2017 норма содержания натрия в питьевой воде составляет 200 мг/л;

- пониженное содержание натрия в продукции ООО «Эльбруссия» может повлечь негативные последствия для отдельных категорий потребителей, включая лиц, страдающих остеопорозом, при условии ошибочного восприятия данной воды как продукции ООО «Шишкин Лес Торг»;

- сравниваемые продукты не являются идентичными, взаимозаменяемыми либо аналогичными;

- действия правообладателя оспариваемого товарного знака по свидетельству № 536980, связанные с приобретением правовой охраны на указанный товарный

знак на территории Российской Федерации, следует квалифицировать как злоупотребление правом либо недобросовестную конкуренцию;

- имеющиеся у ООО «Нарзан Крымский» товарные знаки для минеральных вод свидетельствуют о том, что права на известные бренды в стране происхождения возникли позднее, чем соответствующие права в Российской Федерации, а расширение действия таких знаков после включения Крыма в состав Российской Федерации привело либо неизбежно приведет к столкновению обозначений и предоставлению соответствующих преимуществ на рынке;

- правовая охрана товарного знака «**АРХЫЗ**» по свидетельству № 538925 была признана недействительной полностью решением Роспатента от 10.04.2020; предоставление правовой охраны товарному знаку «**ДОЛИНА НАРЗАНОВ**» по свидетельству № 536997 было признано недействительным решением Суда по интеллектуальным правам от 04.07.2022 по делу № СИП-1018/2020; эти товарные знаки были первоначально зарегистрированы в Российской Федерации в конце 1990х годов, а к моменту подачи заявок в 2004 – 2005 гг. соответствующие обозначения стали узнаваемыми и хорошо известными на российском рынке и начали экспортироваться за пределы Российской Федерации;

- срок давности для подачи возражения не истек, поскольку в силу подпункта 1 пункта 2 статьи 1512 Кодекса оспаривание предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, предусмотренным пунктом 3 статьи 1483 Кодекса, допускается в течение всего срока действия исключительного права на товарный знак.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 536980 недействительным в отношении всего перечня товаров и услуг 32 и 35 классов МКТУ.

С возражением представлены следующие материалы:

- (1) Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Шишкин Лес Холдинг»;
- (2) Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Шишкин Лес Торг»;
- (3) Жалоба потребителя в Роспотребнадзор от 18.07.2024;

(4) Жалоба потребителя на бездействие;

(5) Ответы Роспотребнадзора потребителю от 09.08.2024 и 26.09.2024;

(6) Коммерческое предложение индивидуального предпринимателя по организации грузоперевозок и ответственного хранения воды на территории Карачаево-Черкесской Республики;

(7) Письмо-запрос контрагента;

(8) Справка лица, подавшего возражение, и аффилированных лиц о деятельности с использованием товарных знаков со словесным элементом «ШИШКИН ЛЕС» в отношении питьевой воды с приложением сведений из ЕГРЮЛ;

(9) Распечатка сведений в отношении заявки № 2024768889;

(10) Ответ Роспатента на обращение лица, подавшего возражение;

(11) Заключение № 309-2024 от 24.12.2024, подготовленное по результатам социологического опроса, проведенного в период с 22.11.2024 по 18.12.2024 среди совершеннолетних жителей Российской Федерации – потребителей товаров 32 класса МКТУ (упакованные питьевые газированные и негазированные напитки, включая питьевую воду, минеральные и газированные воды, а также прочие безалкогольные напитки, фруктовые соки, сиропы и составы для изготовления напитков) и потребителей услуг 35 класса МКТУ (услуги рекламы, менеджмента в сфере бизнеса, административной деятельности в сфере бизнеса, офисной службы и услуг, связанных с реализацией товаров), с приложением сведений об организации и скриншотов опросника;

(12) Лицензионный договор № 1 от 20.08.2021 между ООО «Шишкин Лес Холдинг» и ООО «Шишкин Лес Торг», касающийся предоставления права использования товарных знаков по свидетельствам № 774490 и № 761211, с приложением акта приема-передачи права от 20.08.2021 и уведомления о государственной регистрации договора;

(13) Публикация «Обзор российского рынка минеральной и питьевой воды» с сайта <https://yaport.ucoz.ru/>;

(14) Публикация «Российский рынок питьевой и минеральной воды» с сайта <http://watermarket.ru/>;

(15) Справка ООО «Шишкин Лес Холдинг» о доменном имени «cone-forest.ru» и распечатка с сайта;

(16) Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Нарзан Крымский»;

(17) Рекламная публикация в журнале в июне 2001 года;

(18) Декларация качества программы «100 лучших товаров России» за 2004 год;

(19) Благодарственные письма Министерства культуры Московской области (2004), администрации Михайлово-Ярцевского сельского округа (2003), главы Подольского района (2004);

(20) Справки №№14–24 от 01.04.2025 об объемах выпущенной продукции за 2014 – 2024 гг.;

(21) Фотографии продукции с чеком от 20.05.2025;

(22) Распечатки публикаций о товарных знаках, зарегистрированных на имя лица, подавшего возражение;

(23) Фотография футбольной команды с рекламой воды «ШИШКИН ЛЕС» и информация о команде;

(24) Обращение потребителя от 16.07.2024;

(25) Протоколы исследования воды «ШИШКИН ЛЕС», произведенной ООО «Эльбруссия» и ООО «Шишкин Лес Торг», от 02.06.2025, а также результаты физико-химических и органолептических исследований.

Корреспонденцией, поступившей 18.08.2025, правообладатель приобщил следующие доводы отзыва:

- указание ООО «Шишкин Лес Торг» в качестве заинтересованного лица в тексте возражения не образует процессуальных оснований для привлечения указанного общества к участию в споре в качестве стороны, а также не влечет необходимости учета его мнения или интересов при рассмотрении возражения;

- правовая охрана оспариваемого товарного знака обусловлена специальным правовым режимом, установленным законодателем, направленным на обеспечение соблюдения прав и законных интересов резидентов Республики Крым после

принятия Республики Крым в состав Российской Федерации в соответствии с Федеральным конституционным законом от 21.03.2014 № 6-ФКЗ;

- специальные меры, предусмотренные законодательством, обусловлены тем, что такие товарные знаки не могут рассматриваться как нарушающие права иных лиц – пояснительная записка к законопроекту прямо предусматривает возможность разрешения коллизий прав на средства индивидуализации таким образом, чтобы исключить вероятность введения потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя, в частности путем дополнения этикетки товара элементами, позволяющими однозначно идентифицировать источник происхождения товара;

- само по себе использование сходного обозначения до даты приоритета оспариваемого товарного знака иным лицом не свидетельствует о наличии угрозы введения потребителей в заблуждение относительно изготовителя товара;

- представленные лицом, подавшим возражение, материалы не подтверждают вероятность введения потребителей в заблуждение ни в отношении товаров 32 класса МКТУ, ни в отношении услуг 35 класса МКТУ;

- из перечня товарных знаков, на которые ссылается лицо, подавшее возражение, до даты приоритета оспариваемого товарного знака, включая дату подачи заявки 08.09.2014, в отношении товаров 32 класса МКТУ были зарегистрированы только товарные знаки № 244862 и № 167685;

- на дату подачи заявки на товарный знак «ШИШКИН ЛЕС» по свидетельству № 536980 потребителю в Российской Федерации теоретически могли быть известны исключительно товарные знаки по свидетельствам № 244862 и № 167685, поскольку иные товарные знаки на тот момент отсутствовали;

- ссылки лица, подавшего возражение, на иные товарные знаки, зарегистрированные после даты приоритета оспариваемого обозначения, являются неправомерными и не могут использоваться в качестве доказательства вероятности введения потребителей в заблуждение;

- многолетнее сосуществование спорного товарного знака и товарных знаков лица, подавшего возражение, свидетельствует об отсутствии опасности введения потребителей в заблуждение;

- товарные знаки лица, подавшего возражение, содержат дополнительные индивидуализирующие элементы, позволяющие потребителю однозначно идентифицировать источник происхождения товара – ярко выраженный овальный контрастный фон, размещение словесного элемента на плашке, изображение равнинного пейзажа средней полосы России, выполненного в стилистике советской мультипликации, расположение словесного элемента полукругом над изображением, а также характерное цветовое сочетание;

- ни один из указанных индивидуализирующих элементов не используется в товарном знаке правообладателя;

- товарные знаки, на которые ссылается лицо, подавшее возражение, были зарегистрированы Роспатентом в период с 2015 по 2021 годы при наличии оспариваемого товарного знака, что свидетельствует о неоднократном подтверждении Роспатентом допустимости сосуществования соответствующих средств индивидуализации;

- социологическое заключение № 309-24 от 24.12.2024 не подтверждает вероятности введения потребителей в заблуждение, поскольку основано на методологически несостоятельном ретроспективном подходе;

- исследование, проведенное в декабре 2024 года, содержит вопросы, относящиеся к восприятию обозначения по состоянию на 08.09.2014 и 26.08.2005, что делает выводы исследования ненадлежащими ввиду значительного временного разрыва;

- социологическое исследование не учитывает то, что до марта 2014 года Республика Крым не входила в состав Российской Федерации, а следовательно, российские потребители не могли быть осведомлены о правообладателе и его товарах;

- выборка респондентов «от 18 лет и старше» по состоянию на декабрь 2024 года не является репрезентативной применительно к оценке обстоятельств 2014 и 2005 годов, поскольку часть респондентов на соответствующие даты являлась несовершеннолетними либо еще не родилась;

- формулировки вопросов и последовательность их расположения в анкете имеют явно наводящий характер и направлены на формирование заранее предполагаемого результата исследования;

- социологическое исследование не содержит ключевого вопроса об известности обозначения «ШИШКИН ЛЕС» как такового до прохождения опроса, что нарушает необходимую методологию оценки вероятности введения потребителей в заблуждение;

- анкета опроса начинается не с выяснения известности обозначения, а с вопросов, касающихся указания производителя товаров на этикетке, что изначально формирует у респондентов определенный вектор восприятия;

- вопросы №№20 – 22 исследования основаны на использовании фотографий продукции ООО «Эльбруссия», при этом на лицевой стороне представленных этикеток отсутствует информация о производителе, размещенная на контрэтикетке;

- в исследовании отсутствует изображение бутылки объемом 5 литров, содержащей сведения о производителе ООО «Эльбруссия», что ставит под сомнение объективность исследования;

- у респондентов не выяснялось понимание терминов «товарный знак» и «наименование производителя товаров», что исключает возможность достоверной оценки ответов;

- результаты ответов на вопросы №№1 – 4 подтверждают, что значительная часть респондентов смешивает понятия товарного знака и указания на производителя товара, вследствие чего соответствующие вопросы являются некорректными;

- формулировки вопросов №№5, 10, 11 и 14, предусматривающие выбор только одного производителя товаров под обозначением «ШИШКИН ЛЕС», изначально внушают респондентам наличие единственного производителя, что не соответствует фактическим обстоятельствам;

- формулировки последующих вопросов дополнительно ориентируют респондентов на заранее заданную модель восприятия взаимосвязи между производителями товаров;

- вопросы социологического исследования не содержат указания на конкретные товары 32 класса МКТУ и услуги 35 класса МКТУ, что исключает возможность надлежащей оценки вероятности введения потребителей в заблуждение применительно к зарегистрированному перечню товаров и услуг;

- размещение ООО «Шишкин Лес Торг» первым в перечне вариантов ответа относительно производителя товаров представляет собой наводящий элемент исследования;

- расположение вопроса о производителе только на шестой позиции анкеты после серии вопросов, содержащих обозначение «Шишкин Лес», искусственно повышает уровень узнаваемости соответствующего обозначения;

- качество данных, полученных в ходе исследования, не соответствует заявленным исследовательским целям ввиду существенных методологических и содержательных нарушений;

- представленное лицом, подавшим возражение, социологическое заключение содержит признаки манипулирования мнением респондентов и не может рассматриваться как относимое доказательство по настоящему делу;

- социологическое заключение не отвечает на вопрос о наличии либо отсутствии вероятности введения потребителей в заблуждение, поскольку не исследует известность обозначения как такового и не анализирует конкретные товары 32 класса МКТУ и услуги 35 класса МКТУ;

- обращения третьих лиц, представленные в материалы возражения, являются ангажированными и не подтверждают наличие введения потребителей в заблуждение;

- жалоба потребителя в Роспотребнадзор носит искусственный характер, поскольку сочетает эмоционально-бытовое изложение с использованием специализированной юридической и реестровой информации, включая сведения ФГИС Росаккредитации, ФНС России и копии свидетельств на товарные знаки;

- письмо индивидуального предпринимателя не может рассматриваться как надлежащее доказательство, поскольку адресовано неопределенному лицу, не

содержит реквизитов предполагаемого адресата и не сопровождается упоминаемым в тексте коммерческим предложением;

- письмо организации содержит внутренние противоречия, поскольку адресовано партнеру и одновременно выражает сомнение относительно производителя продукции, что свидетельствует об искусственном характере соответствующего обращения;

- благодарственные письма Министерства культуры Московской области, администрации Михайлово-Ярцевского сельского округа и главы Подольского района не содержат указания на обозначение «ШИШКИН ЛЕС» и относятся к периоду более чем за десять лет до даты подачи заявки на оспариваемый товарный знак;

- фотография футбольной команды и сведения о ней относятся к периоду до 2003 года и не могут подтверждать наличие устойчивой ассоциативной связи потребителей на дату подачи заявки на оспариваемый товарный знак;

- сведения об объемах производства продукции под товарным знаком «ШИШКИН ЛЕС», представленные ООО «Шишкин Лес Торг», не подтверждены объективными документальными доказательствами и составлены самим лицом, подавшим возражение;

- декларация качества программы «100 лучших товаров России» выдана самим лицом, подавшим возражение, и не подтверждает изложенные им доводы;

- фотографии продукции правообладателя подтверждают, что помимо обозначения «ШИШКИН ЛЕС» на упаковке размещены обозначение «Природная вода Кавказских гор», сведения о заказчике ООО «Нарзан Крымский» и производителе ООО «Эльбруссия», что позволяет однозначно идентифицировать источник происхождения товара; указанная продукция необоснованно не была предметом исследования в представленном социологическом заключении;

- справка исх. № 7/1 от 16.04.2025 составлена самим лицом, подавшим возражение, и документально не подтверждает изложенные доводы;

- протоколы исследования воды «ШИШКИН ЛЕС», произведенной сторонами спора, подтверждают соответствие продукции, производимой по заказу правообладателя, требованиям ГОСТ и иных обязательных стандартов;

- рекламная публикация в журнале в июне 2001 года относится к периоду более чем за тринадцать лет до даты подачи заявки на оспариваемый товарный знак, не содержит указания на производителя товара и не подтверждает наличие устойчивой ассоциативной связи потребителей;

- публикации о рынке питьевой воды, размещенные на Интернет-сайтах, относятся к 2004 и 2006 годам, не содержат ссылок на проверяемые первоисточники и не подтверждают наличие у потребителей устойчивой ассоциативной связи с обозначением «ШИШКИН ЛЕС» на дату подачи заявки;

- довод лица, подавшего возражение, о том, что продукция правообладателя и продукция лица, подавшего возражение, не являются идентичными либо взаимозаменяемыми товарами, не соответствует фактическим обстоятельствам;

- указанные на этикетках продукции показатели содержания кальция и натрия представляют собой допустимые диапазоны значений соответствующих элементов, а не фиксированные показатели качества продукции;

- представленные лицом, подавшим возражение, результаты физико-химических исследований не содержат сведений о содержании натрия и кальция, несмотря на то, что именно данные показатели используются им для обоснования своей позиции;

- утверждение лица, подавшего возражение, о допустимом содержании натрия на уровне 200 мг/л основано на неверном толковании санитарных норм, поскольку указанный показатель относится к воде централизованных систем водоснабжения;

- согласно санитарным правилам для воды высшей категории показатель содержания натрия должен находиться в пределах 20 мг/л, в свою очередь, значение 200 мг/л допускается только для воды первой категории;

- согласно протоколу испытаний № 09-00/00505-25 от 31.01.2025 показатели кальция и натрия в воде, производимой по заказу правообладателя, составляют соответственно 11,00 мг/л и 100 мг/л; следовательно, продукция правообладателя не

уступает по качеству продукции лица, подавшего возражение, а по показателю содержания натрия обладает более высокими характеристиками качества;

- довод лица, подавшего возражение, о производстве товара исключительно в одноименном поселке Шишкин Лес города Москвы противоречит сведениям, размещенным на собственной этикетке продукции данного лица;

- этикетка продукции лица, подавшего возражение, допускает производство товара в Карачаево-Черкесской Республике (г. Черкесск, пл. Гутякулова, д. 3), что свидетельствует о производстве продукции вне населенного пункта Шишкин Лес;

- исходя из логики доводов лица, подавшего возражение, само данное лицо вводит потребителей в заблуждение относительно места происхождения продукции;

- лицо, подавшее возражение, не представило доказательств известности обозначения «ШИШКИН ЛЕС» применительно к оспариваемым товарам и услугам, а также не подтвердило фактическое оказание услуг 35 класса МКТУ, включенных в регистрацию спорного товарного знака.

На основании изложенного правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 536980.

С отзывом представлены следующие материалы:

(26) Публикация сведений о законопроекте, заключение Комитета Государственной Думы Российской Федерации, пояснительная записка к проекту федерального закона;

(27) Протокол испытаний № 09-00/00505-25 от 31.01.2025;

(28) Декларация о соответствии от 10.02.2025 в отношении воды «ШИШКИН ЛЕС» производителя ООО «Эльбруссия»;

(29) Изображение контрэтикетки товара лица, подавшего возражение.

Ознакомившись с отзывом правообладателя, лицо, подавшее возражение, 30.09.2025 представило свои контраргументы:

- правообладатель оспариваемого товарного знака, обосновывая правомерность предоставления правовой охраны, ссылается на цель введения специального регулирования, заключающуюся в облегчении адаптации

хозяйствующих субъектов Республики Крым и города Севастополя к осуществлению деятельности на территории Российской Федерации путем продолжения использования ранее применявшейся стратегии ведения хозяйственной деятельности без необходимости ее корректировки с учетом соблюдения исключительных прав, действовавших в Российской Федерации до присоединения Республики Крым; но ссылка на указанную цель правового регулирования предполагает необходимость подтверждения фактического ведения хозяйственной деятельности с использованием обозначения «ШИШКИН ЛЕС» до 01.07.2014;

- в материалах отзыва отсутствуют документы, подтверждающие использование обозначения «ШИШКИН ЛЕС» правообладателем на территории страны происхождения в соответствующий период;

- правообладатель товарного знака «ШИШКИН ЛЕС» не возражал против распространения продукции ООО «Шишкин Лес Холдинг» под аналогичным обозначением, что свидетельствует об отсутствии самостоятельной хозяйственной деятельности правообладателя под оспариваемым обозначением и, как следствие, об отсутствии необходимости адаптации бизнеса при переходе под российскую юрисдикцию;

- оспариваемый товарный знак является словесным и не содержит оригинальных элементов, позволяющих идентифицировать конкретного производителя;

- товары, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак, относятся к товарам широкого потребления, реализуются через широкий круг торговых точек, а срок потребления питьевой воды ограничен, как правило, двенадцатью месяцами, что свидетельствует о повышенном риске введения потребителей в заблуждение;

- о высокой известности обозначения «ШИШКИН ЛЕС» свидетельствуют публикации и рейтинги различных лет: в 2004 году продукция «ШИШКИН ЛЕС» входила в десятку наиболее популярных марок в Москве, в 2005 году занимала восьмое место в рейтинге популярных марок по исследованиям «Нильсон Аналитика», в 2006 году входила в число наиболее узнаваемых марок питьевой воды

России, в 2007 году относилась к крупнейшим производителям питьевой воды Московского региона, в 2013 году занимала третье место по предпочтениям потребителей Московского региона, а в 2019 году входила в десятку наиболее узнаваемых марок питьевой и минеральной воды по результатам рейтинга Института общественного мнения;

- на дату приоритета товарного знака продукция правообладателя отсутствовала в приведенных рейтингах и исследованиях;

- ретроспективный анализ содержания сайта, осуществленный с использованием сервиса архива сайтов подтверждает непрерывное позиционирование ООО «Шишкин Лес Холдинг» в качестве производителя воды под обозначением «ШИШКИН ЛЕС» начиная с 2003 года;

- начиная с 2005 года сайт использовался как торговая площадка для реализации продукции и сопутствующих товаров, с 2006 года предоставлялись услуги доставки, а с 2009 года осуществлялась реализация иных продуктов питания и сопутствующих товаров, включая чай, кофе, сахар, стаканчики и оборудование;

- на версии сайта от декабря 2014 года помимо воды к продаже предлагались кулеры, посуда, чай, кофе и сахар, а также функционировала инструкция для покупателей и бизнес-процессы обслуживания заказов для различных категорий клиентов;

- существенное значение имеет факт непрерывного использования обозначения «ШИШКИН ЛЕС» на товарах и в оформлении сайта начиная с момента создания интернет-ресурса;

- к моменту регистрации оспариваемого товарного знака обозначение «ШИШКИН ЛЕС» уже обладало высокой степенью известности и устойчиво ассоциировалось у широкого круга потребителей с ООО «Шишкин Лес Холдинг»;

- необходимость оспаривания товарного знака возникла только после появления фактических случаев введения потребителей в заблуждение, поскольку само основание «способность ввести потребителя в заблуждение» реализуется именно в процессе использования обозначения на рынке;

- по заявкам № 2025724547 и № 2024768889 Роспатентом были вынесены предварительные отказы со ссылкой на сходство обозначений сторон спора; это подтверждают невозможность дальнейшего параллельного существования товарных знаков, имеющих идентичную словесную составляющую;

- необоснованным является довод правообладателя о том, что наличие изобразительных элементов исключает сходство обозначений, так как при восприятии комбинированного обозначения внимание потребителя, как правило, акцентируется на словесном элементе, который легче запоминается, а установление сходства словесного элемента комбинированного обозначения со словесным товарным знаком может свидетельствовать о сходстве обозначений до степени смешения;

- в отношении критики социологического заключения № 309-24 от 24.12.2024 подготовлены комментарии социологической организации, содержащие ответы на все замечания, изложенные в отзыве правообладателя;

- необоснованными являются утверждения правообладателя об ангажированности обращений третьих лиц, поскольку соответствующие выводы не подтверждены доказательствами;

- из содержания жалобы потребителя и переписки с Роспотребнадзором следует его статус в качестве постоянного потребителя воды «ШИШКИН ЛЕС», знакомого с качеством продукции;

- сведения о товарных знаках, юридических лицах и аккредитации являются общедоступными и размещаются в открытых реестрах;

- активная позиция потребителя подтверждается сведениями из картотеки гражданских дел Наро-Фоминского городского суда Московской области, свидетельствующими о защите ею своих прав в судебном порядке;

- письмо предпринимателя было адресовано руководителю ООО «Шишкин Лес Торг», которое с 01.07.2024 арендовало производственные помещения для организации производства питьевой воды;

- в июне 2024 года было зарегистрировано обособленное подразделение ООО «Шишкин Лес Торг», в связи с чем предположение о том, что письмо адресовано иному лицу, является необоснованным;

- обращение «Уважаемые партнеры» в письме организации имеет широкое значение и используется в отношении участников совместной деятельности, а упоминание в письме производителя воды ООО «Эльбруссия» свидетельствует о том, что размещенной на этикетке информации оказалось недостаточно для идентификации источника происхождения продукции;

- также имеются поступающие на горячую линию обращения потребителей, свидетельствующие о продолжающейся путанице между продукцией ООО «Шишкин Лес Холдинг» и ООО «Нарзан Крымский»;

- товарный знак «ШИШКИН ЛЕС» использовался непрерывно с 2001 года, что подтверждается материалами сайта, рекламой, публикациями, участием в выставках и конкурсах;

- глубина представленных доказательств подтверждает длительное, широкое и добросовестное использование обозначения в хозяйственной деятельности;

- об известности обозначения и длительности его использования представлены дипломы, награды, благодарственные письма и свидетельства различных лет;

- о производстве и реализации продукции до регистрации оспариваемого товарного знака представлены договоры поставки в торговые сети, при этом перечень документов не является исчерпывающим и может быть дополнен по запросу коллегии;

- существенным обстоятельством является различие между питьевой и минеральной водой как самостоятельными категориями продукции, так как бесконтрольное употребление минеральной воды вместо питьевой способно повлечь негативные последствия для потребителей;

- о различиях в составе продукции свидетельствуют результаты физико-химических исследований воды ООО «Эльбруссия» и ООО «Шишкин Лес Торг», проведенных 02.06.2025;

- химический состав воды по одному из образцов соответствует требованиям к питьевой, а не минеральной воде;

- представленный правообладателем протокол испытаний содержит показатели, совпадающие с результатами исследований, приложенных к возражению;

- лицо, подавшее возражение, не ставит под сомнение качество продукции ООО «Эльбруссия», а лишь указывает на различие товаров и возможные негативные последствия замещения питьевой воды минеральной;

- в обращениях потребителей, поступающих на горячую линию, сообщается о появлении накипи при кипячении минеральной воды ООО «Эльбруссия» вследствие повышенной минерализации;

- особые свойства продукции обусловлены не регионом производства, а технологией очистки воды;

- лицом, подавшим возражение, производство на территории Карачаево-Черкесской Республики начато только в 2025 году после создания обособленного подразделения ООО «Шишкин Лес Торг»;

- ввиду высокой минерализации местной воды производство осуществляется на привозной пресной подземной воде, что подтверждается договорами поставки и перевозки воды;

- до настоящего времени питьевая вода продолжает производиться в Москве, что подтверждается маркировкой на поверхности бутылки;

- обстоятельства, связанные с производством воды после 2025 года, не имеют значения для рассмотрения возражения, поскольку оценке подлежит вероятность введения потребителя в заблуждение на дату регистрации оспариваемого товарного знака, то есть до 2015 года.

В подтверждение своей позиции лицо, подавшее возражение, представило дополнительные материалы и документы, поступившие 30.09.2025, 08.10.2025, 26.11.2025, а именно:

(30) Договор на поставку товара № 4 от 01.11.2012 (поставщик – ООО «Шишкин Лес Доставка»);

(31) Товарные накладные на поставку питьевой воды «ШИШКИН ЛЕС» (поставщик – ООО «Шишкин Лес Доставка») от 15.08.2013, 16.08.2013, 21.08.2013, 28.08.2013, 10.09.2013, 13.09.2013, 25.09.2013, 04.10.2013, 09.10.2013, 23.10.2013, 24.10.2013, 30.10.2013, 31.10.2013;

(32) Договоры поставки питьевой воды «ШИШКИН ЛЕС» в торговые сети № 46 от 01.04.2013, № 28-03/13 от 28.03.2013, № ВР-12-288 от 01.01.2012 (ООО «Шишкин Лес Торг», ООО «Шишкин Лес Доставка» – поставщики);

(33) Договор № 3934015/0206Д от 13.04.2015 на поставку питьевой воды «ШИШКИН ЛЕС» в сеть автозаправочных комплексов (ООО «Шишкин Лес Доставка» – поставщик);

(34) Договор с недропользователем № 1-ч-08-2024 от 13.12.2024 на поставку пресной подземной воды (ООО «Шишкин Лес Торг» – абонент);

(35) Договор № 1/Ч/2025 от 15.07.2025 на перевозку воды (ООО «Шишкин Лес Торг» – заказчик);

(36) Фотографии бутылки воды «ШИШКИН ЛЕС» с датой производства 21.08.2025;

(37) Диплом Всероссийского конкурса «Мал золотник да дорог» за 2007 год;

(38) Диплом лауреата Всероссийского конкурса «100 лучших товаров России» и декларация качества программы «100 лучших товаров России» за 2010 год;

(39) Свидетельство о присуждении Знака одобрения Национального фонда защиты потребителей за 2011 год;

(40) Благодарственное письмо за участие в спортивном празднике за 2011 год;

(41) Уведомления по заявкам № 2024768889, № 2025724547;

(42) Сведения о рассмотрении Наро-Фоминским городским судом Московской области дела № 2-9254/2014;

(43) Копия уведомления о регистрации обособленного подразделения;

(44) Распечатки обращений потребителей о воде «ШИШКИН ЛЕС» в дизайне «Природная вода Кавказских гор»;

(45) Комментарии социологической организации в отношении критики социологического исследования, результаты которого отражены в заключении № 309-2024 от 24.12.2024;

(46) Описание бизнес-процессов ООО «Шишкин Лес Доставка» по оформлению заказов на покупку товара;

(47) Договоры поставки питьевой воды «ШИШКИН ЛЕС» по адресам заказчиков № 52586 от 14.02.2012, № 10/13 от 01.12.2013, № 20000310954 от 20.02.2014 (ООО «Шишкин Лес Доставка» – поставщик);

(48) Отчет исследования «Нильсон Аналитика»;

(49) Договор поставки № 35/м от 15.03.2000 на поставку воды партиями с приложением счетов-фактур, товарных накладных, писем в адрес контрагента и искового заявления о взыскании задолженности, а также сведений о рассмотрении дела Арбитражным судом города Москвы за период 2001 – 2004 годов;

(50) Товарные накладные на поставку воды «ШИШКИН ЛЕС» за 1998–1999 годы, сведения об исковом заявлении о взыскании задолженности по поставкам и платежные поручения;

(51) Рекламации покупателей и акты о расхождениях за 2002 и 2009 годы;

(52) Акты взаимных расчетов с покупателями за 2003 год;

(53) Исполнительный лист по иску ООО «Шишкин Лес Холдинг» к покупателям о взыскании задолженности, сведения о рассмотрении дела Арбитражным судом города Москвы, договор поставки от 01.03.2001, товарные накладные за 2001 год, исполнительный лист за 2002 год;

(54) Копия искового заявления о взыскании задолженности за поставленную продукцию за 2004 год;

(55) Претензии к покупателям о неоплате поставленной продукции;

(56) Товарные накладные и акты поставки воды «ШИШКИН ЛЕС» (ООО «Шишкин Лес Торг», ООО «Шишкин Лес Доставка» – поставщики) за 2008 – 2024 годы, в том числе по поставкам в торговые сети и оптовым покупателям;

(57) Публикация «Российский рынок минеральной и питьевой воды» из издания «Business Analytica» за 2008 год;

(58) Публикация «Обзор московского рынка безалкогольных напитков» за 2014 год;

(59) Публикация «Рейтинг торговых марок питьевой и минеральной воды» за 2019 год;

(60) Договор подряда № 04/13 от 04.03.2013 на разработку рекламных материалов с приложением макетов (ООО «Шишкин Лес Торг» – заказчик);

(61) Архивные копии страниц сайта cone-forest.ru за 2003 – 2021 годы;

(62) Рецензия профессора кафедры социологии Российского государственного социального университета на заключение № 309-2024 от 24.12.2024;

(63) Комментарий на рецензию правообладателя от 29.09.2025 в отношении критики заключения № 309-2024 от 24.12.2024;

(64) Комментарии организации, проводившей исследование согласно заключению № 309-2024 от 24.12.2024.

Правообладатель дополнил свою позицию доводами и новыми материалами, представленными 10.10.2025, 21.11.2025. Дополнительные доводы правообладателя сводятся к следующему:

- позиция лица, подавшего возражение, не учитывает необходимость доказывания способности оспариваемого товарного знака вводить потребителей в заблуждение именно на дату 08.09.2014 и с учетом нормативного регулирования, действовавшего на указанную дату;

- для признания предоставления правовой охраны товарному знаку недействительным необходимо установить наличие у потребителей устойчивой ассоциативной связи между обозначением и конкретным изготовителем товара, при этом такая связь должна подтверждаться доказательствами введения товаров в гражданский оборот, объемов производства, рекламы, территории распространения товаров и рекламы, а также иных обстоятельств, свидетельствующих о восприятии обозначения потребителями;

- датой подачи заявки на предоставление правовой охраны оспариваемому товарному знаку на территории Российской Федерации является 08.09.2014, в связи

с чем именно на указанную дату подлежит оценке наличие либо отсутствие способности обозначения вводить потребителей в заблуждение;

- лицо, подавшее возражение, обязано доказать, что на дату 08.09.2014 у потребителей Российской Федерации обозначение «ШИШКИН ЛЕС» вызывало ложные ассоциации относительно качества товара, изготовителя товара либо места происхождения товара;

- материалы дела не содержат доказательств того, что на дату 08.09.2014 потребители Российской Федерации ассоциировали обозначение «ШИШКИН ЛЕС» с определенными качествами товаров 32 класса МКТУ и услуг 35 класса МКТУ;

- материалы дела не содержат доказательств того, что потребители Российской Федерации на дату 08.09.2014 ассоциировали обозначение «ШИШКИН ЛЕС» именно с товарами и услугами лица, подавшего возражение;

- материалы дела не содержат доказательств того, что качества товаров 32 класса МКТУ и услуг 35 класса МКТУ, ассоциируемые потребителями с обозначением «ШИШКИН ЛЕС», не соответствовали действительности;

- из текста самого возражения следует, что производителем упакованной питьевой воды «ШИШКИН ЛЕС» являлось не лицо, подавшее возражение, а ООО «Шишкин Лес Торг», что подтверждается ссылкой на лицензионный договор № 1 от 20.08.2021;

- материалы возражения не подтверждают, что изготовителем товаров 32 класса МКТУ и услуг 35 класса МКТУ на дату 08.09.2014 и в течение длительного периода до нее являлось именно лицо, подавшее возражение;

- материалы возражения не подтверждают наличие устойчивой ассоциативной связи между товарами лица, подавшего возражение, и оспариваемым товарным знаком по состоянию на 08.09.2014;

- документы, выданные органами местного самоуправления в 2003 – 2004 годах, не подтверждают наличие широкой известности обозначения среди потребителей Российской Федерации, поскольку относятся исключительно к территории нахождения лица, подавшего возражение;

- документы, представленные с позицией от 30.09.2025 и ходатайством о приобщении от 08.10.2025, также не подтверждают наличие устойчивой ассоциативной связи между обозначением и изготовителем товара на дату 08.09.2014;

- в период с 2007 по 2014 год на территории Российской Федерации осуществляло деятельность иное юридическое лицо с тождественным фирменным наименованием «Шишкин Лес Холдинг» и самостоятельной хозяйственной деятельностью в сфере оборота напитков;

- в связи с существованием иного юридического лица с идентичным фирменным наименованием любые материалы, содержащие указание на ООО «Шишкин Лес Холдинг», могут быть отнесены к деятельности лица, подавшего возражение, только при наличии дополнительных идентифицирующих сведений;

- социологическое заключение не может рассматриваться как достоверное доказательство, поскольку респондентам не разъяснялось, о каком именно юридическом лице с наименованием «Шишкин Лес Холдинг» идет речь;

- на дату 08.09.2014 существовал ряд иных юридических лиц, использовавших обозначение «ШИШКИН ЛЕС» в фирменных наименованиях и осуществлявших деятельность в сфере производства, реализации и поставки напитков;

- наличие как минимум десяти организаций, использовавших обозначение «ШИШКИН ЛЕС», исключает возможность достоверного установления устойчивой ассоциативной связи между обозначением и конкретным изготовителем товара;

- при наличии значительного числа организаций с обозначением «ШИШКИН ЛЕС» невозможно признать достоверными результаты социологического исследования, представленного лицом, подавшим возражение;

- с точки зрения семантического восприятия обозначение «ШИШКИН ЛЕС» ассоциируется у среднего потребителя прежде всего с хвойным лесом и с фамилией художника И.И. Шишкина, а не с конкретным производителем товаров;

- средний потребитель Российской Федерации не обладает сведениями о существовании поселка Шишкин Лес и его местоположении, в связи с чем

материалы возражения не подтверждают возможность возникновения ложного представления о месте происхождения товара;

- несовпадение места нахождения производителя либо места производства товара с географическим обозначением, входящим в состав товарного знака, само по себе не свидетельствует о способности обозначения вводить потребителя в заблуждение относительно места происхождения товара;

- лицо, подавшее возражение, не доказало способность оспариваемого товарного знака вводить потребителей в заблуждение относительно товара, изготовителя либо места происхождения товара по состоянию на 08.09.2014;

- довод о необходимости подтверждения правообладателем факта ведения хозяйственной деятельности до 2014 года не основан на положениях закона, подзаконных актов либо правоприменительной практики;

- уведомления по заявкам сторон спора не подтверждают невозможность параллельного существования товарных знаков с одинаковой словесной составляющей, поскольку лицо, подавшее возражение, в течение длительного времени самостоятельно регистрировало товарные знаки с обозначением «ШИШКИН ЛЕС» при действии оспариваемого товарного знака;

- довод о сходстве товарного знака по свидетельству № 167685 с оспариваемым товарным знаком не имеет правового значения для разрешения настоящего спора;

- доводы о различиях характеристик воды лица, подавшего возражение, и воды правообладателя не имеют правового значения, поскольку материалы дела не подтверждают наличие устойчивой ассоциативной связи между обозначением и определенными характеристиками товара;

- способность обозначения вводить потребителей в заблуждение относительно изготовителя неоднородных товаров возникает только при условии широкой известности обозначения вследствие продолжительного использования;

- на дату 08.09.2014 лицо, подавшее возражение, обладало только одним товарным знаком, содержащим спорное обозначение;

- материалы возражения не подтверждают продолжительное использование и широкую известность среди потребителей товаров лица, подавшего возражение, маркированных оспариваемым обозначением, по состоянию на 08.09.2014;

- материалы возражения не подтверждают, что среднему потребителю Российской Федерации была известна именно организация лица, подавшего возражение, как производителя товаров под обозначением «ШИШКИН ЛЕС»;

- комментарии социологической организации, подготовившей заключение, не устраняют недостатков данного заключения и не опровергают мотивированную критику, изложенную правообладателем и специализированной социологической организацией;

- признание лицом, подавшим возражение, факта производства воды в Карачаево-Черкесской Республике с 2025 года опровергает доводы о способности обозначения вводить потребителей в заблуждение относительно места происхождения товара.

С учетом изложенного правообладатель поддерживает просьбу об отказе в удовлетворении возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 536980.

Дополнительные материалы от правообладателя представлены следующие:

(65) Рецензия на заключение № 309-2024 от 24.12.2024.

(66) Выписки из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Шишкин Лес Холдинг», ОАО «Шишкин Лес», ООО «УК «Шишкин Лес», ООО «Шишкин Лес Дистрибьюшн», ООО «Шишкин Лес», ООО «Шишкин Лес Доставка СПб», ООО «Шишкин Лес-Торг СПб», ООО «Шишкин Лес Север», ООО «Шишкин Лес Доставка», ООО «Шишкин Лес», осуществлявших деятельность в сфере производства и оборота напитков 32, 35 классов МКТУ по состоянию на 2014 год.

В корреспонденции от 29.12.2025 от лица, подавшего возражение, поступили дополнительные пояснения, существо которых сводится к следующему:

- в связи с доводами правообладателями ООО «Шишкин Лес Холдинг» считает необходимым исследовать представленность и объемы реализации воды

«ШИШКИН ЛЕС» под товарными знаками «ШИШКИН ЛЕС» по состоянию на 18.03.2014;

- документы, датированные ранее 18.03.2014, подтверждают присутствие продукции под товарным знаком «ШИШКИН ЛЕС» на рынке и ее известность потребителям как продукции лица, подавшего возражение;

- данные обстоятельства подтверждаются представленными версиями сайта из веб-архива, датированными октябрём 2013 года и декабрём 2014 года, содержащими товарный знак лица, подавшего возражение, а также сведения о товарах и услугах, оказываемых под указанным товарным знаком;

- лицом, подавшим возражение, были представлены договор поставки № 10/13 от 01.12.2013 на поставку питьевой воды «Шишкин Лес», рамочный договор № 20000310954 от 20.02.2014, товарные накладные 2014 года на поставку воды «ШИШКИН ЛЕС» в торговые сети;

- кроме представленных документов за 2014 год, правообладатель приобщает дополнительные материалы, подтверждающие присутствие продукции под товарным знаком «ШИШКИН ЛЕС» на рынке Российской Федерации, а также документы, подтверждающие оказание рекламных услуг и широкую географию поставок;

- география распространения продукции не ограничивалась Москвой и Московской областью: по данным справок транспортных партнеров ООО «Шишкин Лес Торг» в 2014 году поставки осуществлялись в Республику Адыгея, Санкт-Петербург, Ленинградскую, Свердловскую, Ярославскую, Воронежскую, Калужскую, Белгородскую, Брянскую, Владимирскую, Волгоградскую, Кировскую, Новосибирскую, Ивановскую, Курскую, Липецкую, Орловскую, Смоленскую, Тверскую, Ульяновскую, Тульскую и Тамбовскую области, а также в Казань, Нижний Новгород, Краснодар, Ростов-на-Дону и Чувашскую Республику;

- вода «ШИШКИН ЛЕС», производимая на заводе в поселке Шишкин Лес, реализовывалась через ООО «Шишкин Лес Торг» и ООО «Шишкин Лес Доставка», входящие в одну группу компаний, а основными потребителями являлись

Арбитражный суд г. Москвы, ПАО «Сбербанк», ОАО «АЛЬФА-БАНК», а также федеральные торговые сети «Билла», «Бахетле» и «Седьмой Континент»;

- доход ООО «Шишкин Лес Торг» от реализации продукции за 2014 год составил 997465869 руб., что подтверждается актом налоговой проверки № 16-14/443 от 21.02.2019;

- с учетом представленных накладных, согласно которым стоимость пятилитровой бутылки воды в 2014 году составляла 40,8 руб., объем произведенной питьевой воды составил 123143934,4 литра;

- вода «ШИШКИН ЛЕС» производится на основании технических условий ТУ 0131-001-18551114-05, на этикетках продукции указывались сведения о технических условиях и химическом составе воды;

- представленные результаты лабораторных исследований от 28.01.2014 подтверждают соответствие химического состава воды сведениям, указанным на этикетке и в технических условиях;

- ретроспективный анализ химического состава воды за 2014 и 2025 годы подтверждает неизменность свойств воды, добываемой из одной и той же скважины, расположенной в поселке Шишкин Лес поселения Михайлово-Ярцевское;

- факты использования товарного знака «ШИШКИН ЛЕС» в рекламных целях подтверждаются договорами на размещение рекламы, актами оказанных услуг, счетами-фактурами, рекламными каталогами и фотоотчетами о размещении рекламных материалов;

- в период с 15.08.2007 по 25.06.2014 в ЕГРЮЛ содержались сведения только о двух юридических лицах с наименованием «Шишкин Лес Холдинг»; при этом только лицо, подавшее возражение, являлось правообладателем товарных знаков «ШИШКИН ЛЕС», осуществляло деятельность, связанную с производством питьевой воды, и располагалось в поселке Шишкин Лес;

- иные юридические лица, содержащие в наименовании словосочетание «ШИШКИН ЛЕС», либо не осуществляли деятельность по производству питьевой воды, либо являлись организациями, входящими в группу компаний

правообладателя и реализовывавшими продукцию, произведенную ООО «Шишкин Лес Торг»;

- в период до 2014 года и по состоянию на спорные даты обозначения «ШИШКИН ЛЕС» ассоциировалась у потребителей исключительно с ООО «Шишкин Лес Холдинг» и ООО «Шишкин Лес Торг».

С учетом изложенного лицо, подавшее возражение, просило учесть представленные доводы и документы при рассмотрении вопроса о правомерности правовой охраны товарного знака «ШИШКИН ЛЕС» по свидетельству № 536980.

Лицо, подавшее возражение, дополнительно представило следующие материалы:

(67) Товарные накладные № 29553 от 16.04.2014 и № 25300 от 02.04.2014, № 132225 от 19.12.2014, № 42361 от 14.05.2014, № ДЗ-0214-1453 от 10.02.2014, № 01/14 от 01.03.2014, № 010914/Н от 01.09.2014, № 6 от 01.04.2014, № 010614/ИТ от 01.06.2014, № 010614/ММ от 01.06.2014, № 010914/С от 01.09.2014, № 010914/ТЛ от 01.09.2014, № 60/152ГПС от 05.03.2014, № 06/13 от 01.05.2013 на поставку воды «ШИШКИН ЛЕС» от ООО «Шишкин Лес Торг» в ООО «Бахетле-1», ООО «О'Кей», ОАО «Седьмой Континент», ООО «Елак» ООО «Гастрономъ», ООО «ИнтелТорг», ООО «Нектар», ООО «ОптРегионПоставка», ООО «МосМенеджмент», ООО «Сиеста», ООО «ТоргЛэнд», ООО «Торговый Дом "Город Изобилия"», ООО «Шишкин Лес-Торг СПб»;

(68) Договор поставки № 02/14 от 01.04.2014, № 05/13 от 01.05.2013 между ООО «Шишкин Лес Торг» и ООО «Шишкин Лес Доставка», между ООО «Шишкин Лес Холдинг» и ООО «Шишкин Лес Доставка»;

(69) Договор № 243 от 22.05.2014, № 238 от 01.08.2014, № 09/03/10-Д от 24.03.2010 (ООО «Шишкин Лес Доставка» – поставщик);

(70) Договор возмездного оказания услуг № 1-ШЛТ/Р-2013 от 27.12.2013;

(71) Акт № 013101 от 31.01.2014, счет-фактура № 013101 от 31.01.2014 и отчет о размещении рекламных материалов; акт № 022801 от 28.02.2014, счет-фактура № 022801 от 28.02.2014 и отчет о размещении рекламных материалов; акт № 033101 от 31.03.2014, счет-фактура № 033101 от 31.03.2014 и отчет о размещении

рекламных материалов; акт № 043001 от 30.04.2014, счет-фактура № 043001 от 30.04.2014 и отчет о размещении рекламных материалов;

(72) Договор возмездного оказания услуг № 03/14 от 31.03.2014 между ООО «Шишкин Лес Доставка» и ООО «Шум Медиа»; приложение к договору № 03/14 с адресами размещения рекламы;

(73) Акты оказания рекламных услуг № 043001 от 30.04.2014, № 053101 от 31.05.2014, № 063001 от 30.06.2014, № 071501 от 15.07.2014, № 072001 от 20.07.2014, № 073001 от 30.07.2014, № 073102 от 31.07.2014, № 081501 от 15.08.2014, № 0831022 от 31.08.2014, № 091501 от 15.09.2014, № 093002 от 30.09.2014, № 123113 от 31.12.2014;

(74) Копии ТУ 0131-001-18551114-05 в редакциях от 28.06.2005, 21.08.2006, 05.10.2011 и 05.11.2013;

(75) Протокол лабораторных испытаний № 3211 от 28.01.2014;

(76) Экспертное заключение от 12.03.2014 ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в г. Москве»;

(77) Сертификат соответствия на воду «Шишкин Лес» и «Шишкин Лес Торг»;

(78) Пояснительная записка Аналитического центра контроля качества воды от 12.09.2014;

(79) Экспертное заключение о проведении санитарно-эпидемиологической экспертизы от 28.02.2014;

(80) Выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Шишкин Лес Север»;

(81) Свидетельство о государственной регистрации от 27.03.2014;

(82) Санитарно-эпидемиологическое заключение от 22.11.2006;

(83) Договор № 15/15 от 14.04.2014 между ООО «Шишкин Лес Холдинг» и ООО «Шишкин Лес Торг»;

(84) Согласие правообладателя на использование товарных знаков исх. № 1/2011 от 11.01.2011;

(85) Письма контрагентов ООО «Шишкин Лес Торг» о поставках продукции в регионы.

(86) Договор поставки № 19/66 от 15.02.2013.

В связи с указанными новыми доводами и материалами правообладатель отмечает, что представление лицом, подавшим возражение, значительного объема дополнительных материалов и документов на протяжении более чем полугода само по себе не свидетельствует о незаконности регистрации оспариваемого товарного знака. Кроме того, правообладатель поясняет следующее:

- ООО «Шишкин Лес Холдинг» прямо упоминается лишь в ограниченном перечне документов, включая выписку из ЕГРЮЛ, справку от 16.04.2025, ответ Роспатента, социологическое заключение, лицензионный договор № 1 от 20.08.2021, отдельные Интернет-распечатки, декларации, благодарственные письма, технические условия, санитарно-эпидемиологическое заключение, договор на поставку воды из недр и согласие на использование товарного знака;

- социологическое заключение содержит упоминание ООО «Шишкин Лес Холдинг» исключительно в вопросах, ориентированных на дату 26.08.2005, которая не имеет правового значения для рассматриваемого спора;

- в вопросах социологического исследования, относящихся к дате 26.08.2005, в качестве вариантов ответов фигурировали иные хозяйствующие субъекты, в том числе ООО «Шишкин Лес Холдинг», ООО «Смирновская» и ОАО «Кавминводы», а применительно к дате 08.09.2014 использовались другие варианты ответов;

- представленные документы не подтверждают наличие у потребителя Российской Федерации по состоянию на 18.03.2014 устойчивой ассоциативной связи между обозначением и именно лицом, подавшим возражение, в качестве изготовителя товара;

- лицо, подавшее возражение, признает в своих пояснениях, что после 2009 года не являлось производителем воды, вследствие чего в течение пяти лет, предшествовавших юридически значимой дате, потребитель не мог воспринимать данное лицо как изготовителя товара;

- достоверное установление изготовителя товара возможно исключительно на основании сведений, размещенных на упаковке продукции, при этом в течение пяти лет до 18.03.2014 на упаковке указывалось иное лицо;

- изготовителем товара является конкретное юридическое лицо, а попытка лица, подавшего возражение, распространить данное понятие на группу аффилированных лиц является необоснованной;

- информация об аффилированности различных организаций не является для среднего потребителя бутилированной воды общедоступной и необходимой при приобретении товара, вследствие чего потребитель не формирует устойчивой связи между обозначением и некой группой взаимосвязанных юридических лиц;

- на дату 18.03.2014 существовало не менее четырнадцати организаций с использованием словесного элемента «ШИШКИН ЛЕС», включая десять организаций, не относящихся к лицу, подавшему возражение, и четыре организации, упомянутые самим лицом, подавшим возражение;

- социологическое заключение не содержит сведений о мнении респондентов именно на дату 18.03.2014, поскольку опросы проводились применительно к иным временным периодам, а именно «на сегодняшний день», «на дату 24.06.2024», «на дату 08.09.2014» и «на дату 26.08.2005»;

- лицо, подавшее возражение, фигурирует в вопросах исследования исключительно применительно к дате 26.08.2005, которая не относится к предмету настоящего спора, значит, социологическое заключение не отвечает критериям относимости, допустимости и достоверности применительно к обстоятельствам настоящего дела.

На основании изложенного правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 536980.

В подтверждение своей позиции правообладатель приобщил следующие материалы:

(87) Ответы аналитической организации на комментарии, отвечающие на критику социологического заключения.

26.02.2026 лицом, подавшим возражение, представлены дополнительные пояснения в ответ на объяснение правообладателя от 12.01.2026, а именно:

- большой объем доказательств, представленных ООО «Шишкин Лес Холдинг» по состоянию на различные даты, обусловлен позицией ООО «Нарзан Крымский», изложенной в документе исх. № 525/25 от 21.11.2025, согласно которой лицо, подавшее возражение, обязано доказать, что по состоянию на 08.09.2014 – дату подачи заявки на включение оспариваемого товарного знака в Госреестр – в сознании потребителя Российской Федерации обозначение «ШИШКИН ЛЕС» через ассоциации порождало представление о не соответствующих действительности качестве товара, изготовителе товара и месте происхождения товара;

- как по состоянию на 18.03.2014, так и по состоянию на 08.09.2014, а также по состоянию на 26.08.2005 (дате приоритета товарного знака) ООО «Шишкин Лес Холдинг» являлось правообладателем одноименного товарного знака, которому была предоставлена правовая охрана на территории Российской Федерации, активно использовало данный товарный знак на территории Российской Федерации, за ее пределами, а сам товарный знак «ШИШКИН ЛЕС» был широко известен потребителям упакованной питьевой воды;

- правообладателем не представлено ни одного доказательства, подтверждающего использование им товарного знака по свидетельству № 536980 ни по состоянию на указанные даты, ни до присоединения Республики Крым к Российской Федерации, что свидетельствует о том, что ассоциации потребителей, связанные с обозначением «ШИШКИН ЛЕС», могли возникать исключительно в отношении воды, маркированной товарными знаками, правообладателем которых являлось ООО «Шишкин Лес Холдинг»;

- из представленных ООО «Шишкин Лес Холдинг» пояснений и приложенных к ним доказательств следует, что иные юридические лица, имевшие по состоянию на 18.03.2014 и 08.09.2014 в своем фирменном наименовании слова «ШИШКИН ЛЕС», либо осуществляли реализацию упакованной питьевой воды «ШИШКИН ЛЕС», маркированной товарным знаком, принадлежащим ООО «Шишкин Лес Холдинг», либо не осуществляли производство и продажу упакованной питьевой воды под обозначением «ШИШКИН ЛЕС»;

- по состоянию на 18.03.2014 и 08.09.2014 упакованная питьевая вода, маркированная товарным знаком «ШИШКИН ЛЕС», могла ассоциироваться у потребителей исключительно либо с правообладателем данного товарного знака – ООО «Шишкин Лес Холдинг», либо с аффилированной с ним ООО «Шишкин Лес Торг», являвшейся после 2009 года производителем и оптовым продавцом соответствующей продукции;

- ООО «Шишкин Лес Холдинг» и ООО «Шишкин Лес Торг» имеют одного генерального директора, располагаются по одному адресу в поселке Шишкин Лес, используют единый номер телефона и единый сайт cone-forest.ru, вследствие чего воспринимаются потребителями как единая компания «ШИШКИН ЛЕС», осуществляющая производство упакованной питьевой воды на заводе в поселке Шишкин Лес;

- обстоятельства совместного восприятия ООО «Шишкин Лес Холдинг» и ООО «Шишкин Лес Торг» как единой группы компаний подтверждаются представленной в материалы дела справкой о совместной деятельности, а также заключенными между указанными лицами договорами;

- правообладателем признается использование обозначения при производстве продукции, ее маркировке, продаже и оказании сопутствующих услуг, включая доставку, вследствие чего документы, подтверждающие производство и реализацию питьевой воды «ШИШКИН ЛЕС» ООО «Шишкин Лес Торг», а также реализацию данной продукции ООО «Шишкин Лес Доставка», являются надлежащими доказательствами использования товарного знака «Шишкин Лес» лицом, подавшим возражение;

- содержание вопросов, поставленных респондентам в рамках социологического исследования, свидетельствует о том, что независимо от даты, на которую определялись ассоциации потребителей – 08.09.2014, 26.08.2005 либо текущая дата проведения исследования, – большинство респондентов ассоциируют упакованную питьевую воду «ШИШКИН ЛЕС» либо с ООО «Шишкин Лес Холдинг», либо с ООО «Шишкин Лес Торг» как производителем и продавцом

продукции, а также полагают, что обозначение «ШИШКИН ЛЕС» включает наименование организации-производителя;

- проведенное социологическое исследование подтверждает наличие устойчивой ассоциативной связи между упакованной питьевой водой «ШИШКИН ЛЕС» и организацией-производителем либо продавцом, содержащими в своем наименовании слова «ШИШКИН ЛЕС», при этом по состоянию на 26.08.2005 производителем продукции являлось ООО «Шишкин Лес Холдинг», а по состоянию на 08.09.2014 – ООО «Шишкин Лес Торг»;

- в материалах дела отсутствуют документы, подтверждающие производство упакованной питьевой воды «ШИШКИН ЛЕС» иными лицами либо наличие в продаже иной воды «ШИШКИН ЛЕС», маркированной одноименным товарным знаком, не принадлежащим ООО «Шишкин Лес Холдинг», вследствие чего ассоциации потребителей с иными хозяйствующими субъектами исключаются;

- возникающие у респондентов ассоциации обозначения «ШИШКИН ЛЕС» с ООО «Шишкин Лес Торг», ООО «Шишкин Лес Доставка» либо иными организациями, содержащими в своем наименовании слова «ШИШКИН ЛЕС», подтверждают отсутствие связи данного обозначения с правообладателем, что свидетельствует о введении потребителей в заблуждение относительно производителя и продавца продукции;

- подход правообладателя, согласно которому все представляемые доказательства должны быть датированы исключительно 18.03.2014, является необоснованным, поскольку в обычной хозяйственной деятельности документы создаются, оформляются и заключаются по мере осуществления соответствующих действий и сделок;

- представленные в материалы дела договоры, документы о производстве и продаже упакованной питьевой воды «ШИШКИН ЛЕС», а также иные материалы охватывают периоды до 18.03.2014, по состоянию на указанную дату и после нее, что свидетельствует о широком использовании и широкой известности товарных знаков «ШИШКИН ЛЕС», обладателем прав на которые является ООО «Шишкин Лес Холдинг», при этом отсутствие точной даты 18.03.2014 на конкретном

документе само по себе не свидетельствует о его недопустимости или неотносимости;

- социологическая экспертиза узнаваемости товарного знака, выполнена социологической организацией, подписана кандидатом социологических наук; помимо этого заключения, в материалы дела представлены мнения иных специалистов в области социологии;

- в отличие от представленных ООО «Шишкин Лес Холдинг» мнений нескольких специалистов и экспертных организаций, позиция правообладателя основывается на мнении одного специалиста;

- наряду с ответами респондентов должны быть исследованы договоры поставки, товарные накладные, документы о производстве продукции, материалы архива сайта и иные доказательства, представленные в материалы дела;

- ассоциативная связь обозначения «ШИШКИН ЛЕС» с ООО «Шишкин Лес Холдинг» подтверждается в том числе сведениями об объемах производства продукции, масштабах рекламы и территории распространения товаров и рекламных материалов.

Дополнительно лицо, подавшее возражение, приобщило следующие материалы:

(88) Информационная справка об аналитической организации, подготовившей критику социологического заключения;

(89) Комментарии к рецензии от 29.09.2025, подготовленной на заключение № 309-2024 от 24.12.2024;

(90) Комментарии от 02.12.2025 на комментарии к рецензии от 29.09.2025;

(91) Фотоотчеты о размещении рекламы;

(92) Письмо ООО «Шум Медиа» исх. № 51 от 30.06.2016 о размещении рекламных материалов в 2014 году по заказам ООО «Шишкин Лес Доставка»;

(93) Страница рекламного каталога торговой сети за сентябрь 2014 года, содержащая информацию о продукции лица, подавшего возражение, под товарным знаком «ШИШКИН ЛЕС»;

(94) Страница рекламного каталога торговой сети за февраль 2010 года, содержащая информацию о продукции лица, подавшего возражение, под товарным знаком «ШИШКИН ЛЕС».

(95) Акт налоговой проверки № 16-14/443 от 21.02.2019 за период с 01.01.2014 по 31.12.2016;

(96) Скриншоты сайта cone-forest.ru, 2014 г.;

(97) Копия страниц газеты «Покупатель» № 12 за июль 1999 года.

Лицом, подавшим возражение, 16.03.2026 представлена дополнительная позиция по доводам, представленным правообладателем, а именно:

- правообладателем не представлено ни одного документа, подтверждающего осуществление им промышленной деятельности в период до 2014 года;

- с использованием открытых источников сети Интернет подготовлена справка о бухгалтерской отчетности ООО «Нарзан Крымский» за 2013 – 2024 годы, из которой следует, что до 2015 года правообладатель хозяйственную деятельность не осуществлял;

- регистрация оспариваемого товарного знака может рассматриваться не как подтверждение фактического использования обозначения, а исключительно не в целях применения законодательства;

- по заявке № 2024768889, поданной ООО «Нарзан Крымский», вынесено решение об отказе в регистрации товарного знака; решение об отказе в регистрации датировано 24.02.2026.

К дополнению лица, подавшего возражение, от 16.03.2026, приложены следующие материалы:

(98) Справка «Бухгалтерская отчетность и финансовый анализ ООО "Нарзан Крымский"»;

(99) Распечатка в отношении заявки № 2024768889.

16.03.2026 от лица, подавшего возражение, поступило ходатайство о приостановлении спора по возражению против предоставления правовой охраны товарного знака № 536980, поскольку Федеральной антимонопольной службой России (ФАС России) рассматривается жалоба о недобросовестной конкуренции,

совершаемой ООО «Нарзан Крымский», поданная ООО «Шишкин Лес Холдинг» 21.01.2026.

Лицом, подавшим возражение, представлены материалы:

(100) Копия первой страницы жалобы от 21.01.2026 с отметкой канцелярии ФАС России о принятии;

(101) Копия первой страницы дополнительных материалов от 05.03.2026 к жалобе от 21.01.2026 с отметкой канцелярии ФАС России о принятии.

На заседании коллегии по рассмотрению возражению, состоявшемся 18.03.2026, правообладатель возражал относительно ходатайств о приостановлении спора по возражению против предоставления правовой охраны товарного знака № 536980, либо о переносе даты заседания в связи с инициированным разбирательством в ФАС России.

Коллегией с учетом доводом и пояснений ходатайство о приостановлении рассмотрено, в его удовлетворении отказано. Ходатайство о переносе также рассмотрено, в удовлетворении также отказано. Заседание 18.03.2026 перенесено на основании пункта 29 Правил ППС в связи с представлением незадолго до заседания (16.03.2026) пакета дополнительных материалов.

Корреспонденцией, поступившей 16.04.2026, лицом, подавшим возражение, повторно заявлено ходатайство о приостановлении рассмотрения спора в связи с изменением стадии рассмотрения жалобы о недобросовестной конкуренции, поданной в ФАС России.

В частности, отмечалось, что возбуждено дело № 08/01/14.4-51/2026, что подтверждается приказом ФАС России от 06.04.2026 № 236/26, приложенным к ходатайству.

Так, лицом, подавшим возражение, представлены материалы:

(102) Копия приказа ФАС России от 06.04.2026 № 236/26 о возбуждении дела № 08/01/14.4-51/2026 о нарушении антимонопольного законодательства и создании комиссии по его рассмотрению;

(103) Копия сопроводительного письма ФАС России о направлении копии приказа № 236/26 от 06.04.2026 сторонам дела № 08/01/14.4-51/2026.

Правообладатель повторно возражал относительно приостановления рассмотрения возражения.

В удовлетворении ходатайства лица, подавшего возражение, от 16.04.2026 о приостановлении спора по возражению против предоставления правовой охраны товарного знака № 536980 коллегией на заседании 17.04.2026 было отказано. Иных ходатайств не поступало.

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

Согласно положениям части восьмой статьи 13.1 Федерального закона № 231-ФЗ юридически значимые действия, указанные в части пятой настоящей статьи, осуществляются федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности без проведения проверки соответствия изобретения, полезной модели, промышленного образца, товарного знака, наименования места происхождения товара установленным законодательством Российской Федерации условиям патентоспособности изобретения, полезной модели, промышленного образца и требованиям к товарному знаку, наименованию места происхождения товара, а также без взимания патентных и иных пошлин.

Частью одиннадцатой статьи 13.1 Федерального закона № 231-ФЗ установлено, что предоставление правовой охраны товарному знаку в порядке, предусмотренном настоящей статьей, может быть оспорено и признано недействительным по основаниям и в порядке, которые установлены статьями 1248, 1512 и 1513 Кодекса, если иное не предусмотрено частью двенадцатой настоящей статьи.

Часть четырнадцатая статьи 13.1 Федерального закона № 231-ФЗ устанавливает, что в случаях, предусмотренных частями десятой – тринадцатой статьи 13.1 Федерального закона № 231-ФЗ, применяются условия патентоспособности изобретения, полезной модели, промышленного образца и требования к товарному знаку, наименованию места происхождения товара и обладателю свидетельства об исключительном праве на такое наименование, установленные законодательством Российской Федерации, действовавшим на день

принятия в Российскую Федерацию Республики Крым и образования в составе Российской Федерации новых субъектов.

Таким образом, правовая база для оценки охраноспособности оспариваемого товарного знака включает в себя часть четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации, введенную в действие с 01.01.2008 Федеральным законом Российской Федерации от 18.12.2006 № 231 «О введении в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее – Кодекс) и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные Приказом Роспатента № 32 от 05.03.2003, зарегистрированным Минюстом России 25.03.2003 № 4322 (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 2.5.1 Правил к ложным или способным ввести в заблуждение потребителя 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.

Обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение, если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из его элементов.

Оспариваемый товарный знак «**ШИШКИН ЛЕС**» по свидетельству № 536980 представляет собой словесное обозначение, выполненное стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана товарного знака действует в отношении товаров и услуг 32, 35 классов МКТУ.

Согласно положениям статей 1512, 1513 Кодекса, оспаривание правовой охраны товарного знака осуществляется путем подачи заинтересованным лицом возражения. Понятие заинтересованного лица в законе не определено, вместе с тем заинтересованность оценивается применительно к основаниям оспаривания.

Подача возражения осуществлена ООО «Шишкин Лес Холдинг», обладающим



605944, 167685, 777490, 761211, 630019, 244862, 835857, 835858, 1298851, 1298850) и активно использующим их для маркировки воды. Представленные с возражением материалы свидетельствуют о том, что деятельность лица, подавшего возражение, связана с питьевой бутилированной водой. Данные товары относятся к 32 классу МКТУ, в отношении которого охраняется оспариваемый товарный знак. При этом в части услуг 35 класса МКТУ оспариваемой регистрации необходимо отметить, что имеющееся у лица, подавшего возражение, исключительное право на указанные товарные знаки в отношении услуг 35 класса МКТУ свидетельствуют о наличии намерения использовать их и в этой деятельности.

В части основания, связанного с введением потребителей в заблуждение, круг заинтересованных лиц не ограничивается исключительно правообладателями иных средств индивидуализации, поскольку затрагиваются интересы неопределенного круга потребителей. В рассматриваемом случае лицо, подавшее возражение, является правообладателем товарных знаков со словесным элементом «ШИШКИН ЛЕС», воспроизводящим оспариваемый товарный знак, осуществляет деятельность по реализации товаров 32 класса МКТУ, маркированных такими товарными знаками, заявляет об их фактическом использовании и намерении дальнейшего использования, в том числе в отношении услуг 35 класса МКТУ, подтверждает сказанное представленными в материалы дела договорами поставки, товарными накладными, рекламными материалами, скриншотами сайта cone-forest.ru, а также иными документами. С учетом изложенного заинтересованность по данному основанию имеется.

Анализ соответствия оспариваемого товарного знака требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Доводы лица, подавшего возражение, сводятся к тому, что товарный знак «**ШИШКИН ЛЕС**» по свидетельству № 536980, зарегистрированный на имя ООО «Нарзан Крымский», вводит потребителей в заблуждение относительно изготовителя товаров, поскольку обозначение «ШИШКИН ЛЕС» ранее использовалось и продолжает использоваться ООО «Шишкин Лес Холдинг» и аффилированными с ним лицами при производстве, реализации и продвижении питьевой воды.

Коллегия обращает внимание на то, что способность введения в заблуждение элементами обозначений и обозначением в целом не является очевидной и, как правило, определяется через ассоциативный ряд, возникающий у потребителя при восприятии обозначения, вызывая у него представление о товаре, его изготовителе, продавце либо коммерческом источнике происхождения товара. Указанная способность действительно может возникнуть вследствие ассоциаций с иным производителем, основанных на предшествующем опыте потребителей, продолжительности использования обозначения, объеме реализации товаров, характере продвижения продукции и устойчивости восприятия соответствующего обозначения на рынке.

Оспариваемый товарный знак «**ШИШКИН ЛЕС**» и обозначение



«**ШИШКИН ЛЕС**», используемое лицом, подавшим возражение, имеют тождественный по фонетическому, графическому и семантическому восприятию элемент, являющийся основным в комбинированных этикетках товаров лица,

подавшего возражение. Ввиду изложенного указанные обозначения ассоциируются потребителем в целом.

Вместе с тем выводы о сходстве обозначений сторон спора не предопределяет возможности введения потребителей в заблуждение, в том числе относительно изготовителя товара. Для вывода о наличии введения потребителей в заблуждение необходимо наличие доказательств возникновения у потребителей устойчивой ассоциативной связи между обозначением «ШИШКИН ЛЕС» и конкретным производителем либо группой взаимосвязанных хозяйствующих субъектов.

Для подтверждения своих доводов лицо, подавшее возражение, представило социологическое исследование № 309-2024 от 24.12.2024 [11], датированные ранее 18.03.2014 договоры поставки [30, 32, 47, 49, 53, 86], товарные накладные [31, 49, 50, 53, 56, 67], документы о производстве и реализации питьевой воды [74, 75, 77], рекламные материалы, каталоги торговой сети, веб-архивы и скриншоты сайта sone-forest.ru за различные периоды, документы о размещении рекламы, сведения об объемах производства и распространения продукции, а также иные материалы, подтверждающие использование обозначения «Шишкин Лес» при осуществлении хозяйственной деятельности [1–51].

Указанные материалы свидетельствуют о том, что до 18.03.2014 осуществлялось производство, продвижение и реализация питьевой воды с использованием обозначения «ШИШКИН ЛЕС», велась рекламная деятельность, осуществлялось продвижение товаров посредством Интернет-ресурсов, а соответствующее обозначение использовалось в гражданском обороте применительно к товарам 32 класса МКТУ.


Коллегия приняла во внимание пояснения лица, подавшего возражение, о том, что после 2009 года использование обозначения «ШИШКИН ЛЕС» осуществлялось не только ООО «Шишкин Лес Холдинг», но и аффилированными с ним лицами, в том числе ООО «Шишкин Лес Торг» и ООО «Шишкин Лес Доставка», осуществлявшими производство, продажу, доставку и продвижение соответствующей продукции. В связи с этим часть представленных доказательств

содержит сведения о деятельности указанных юридических лиц, включая договоры, товарные накладные, рекламные материалы и сведения о реализации продукции.

Довод правообладателя о том, что деятельность аффилированных лиц не подлежит учету при оценке восприятия обозначения потребителем, признан неубедительным, поскольку представленные материалы свидетельствуют о совместном использовании обозначения «ШИШКИН ЛЕС» взаимосвязанными лицами, имеющими общий адрес, единый сайт cone-forest.ru, единый телефон, общего генерального директора и осуществляющими согласованную хозяйственную деятельность. С учетом таких обстоятельств потребитель может воспринимать несколько лиц как единый коммерческий источник происхождения товаров.

Следует обратить внимание на то, что отсутствуют доказательства использования обозначения «ШИШКИН ЛЕС» правообладателем или иным каким бы то ни было лицом, не связанным с лицом, подавшим возражение, в исследуемый период, в том числе теми упомянутыми правообладателем организациями, наименование которых включало спорное словосочетание.

Также социологическое исследование, представленное лицом, подавшим возражение, правообладателем не опровергнуто каким-либо контрисследованием. При этом его результаты показывают, что на вопрос о том, производит ли товары под

обозначениями « **ШИШКИН ЛЕС** » и «  » одна или разные, но связанные между собой компании (вопрос № 9 согласно анкете исследования), значительное количество потребителей – 57 % по состоянию на 08.09.2014 и 60 % по состоянию на 26.08.2005 – сочли, что указанные товары производятся одной компанией, и менее 20 % предположили, что разными и не связанными между собой компаниями.

Вместе с тем такие вопросы направлены на установление возможной путаницы как следствия сходства обозначений. Критерием возможности введения потребителей в заблуждение является устойчивая ассоциативная связь конкретного

обозначения с определенным источником происхождения товаров, возникшая и закрепившаяся в сознании потребителя.

Вопросами исследования, направленными на оценку известности противопоставляемого обозначения как средства индивидуализации товаров конкретного субъекта, являются вопросы об известности и, в частности, о том, какая именно компания, по мнению потребителя, производит товар, маркированный оспариваемым товарным знаком (вопрос № 10). Вместе с тем вариант ответа, называющий организацию, наименование которой включает спорное словосочетание, является наиболее очевидным для потребителя, что и подтвердили полученные результаты, отраженные на странице 25 (около 80 % респондентов выбрали первый из вариантов ответов – ООО «Шишкин Лес Торг»).

Коллегия отмечает, что при включении словосочетания «ШИШКИН ЛЕС» одновременно в исследуемое обозначение и фирменное наименование лицензиата товарных знаков, зарегистрированных на имя лица, подавшего возражение, проверка обстоятельств известности и конкретных ассоциаций, связанных с изготовителем товара, не может ограничиваться лишь одним вопросом.

Кроме того, коллегия не может не обратить внимание на то, что представленное исследование, хотя и содержит два ретроспективных блока – по состоянию на 08.09.2014 и на 26.08.2005, – не в полной мере позволяет соотнести полученные результаты с надлежащим релевантным периодом, а именно периодом, предшествующим 18.03.2014.

Следует учитывать, что обстоятельства, связанные с принятием Республики Крым в состав Российской Федерации, являются значимыми для российского потребителя и были источником для погружения респондентов в соответствующую ретроспективу при проведении исследования (страница 165 заключения).

Поскольку такой товар, как вода бутилированная, относится к товарам повседневного спроса широкого круга потребителей, результаты, отнесенные к 26.08.2005, являются недостаточно релевантными, а результаты от 08.09.2014 относятся к периоду, следующему за исследуемым, то есть формально не могут быть положены в основу выводов коллегии. Шестимесячный разрыв между релевантной

датой и датой исследования в условиях рынка товаров повседневного спроса не позволяет исключить существенных изменений в потребительском восприятии, в том числе обусловленных широкой информированностью о факте присоединения Республики Крым и появлении на рынке новых субъектов.

Замечание правообладателя о том, что потребители, находящиеся на территории Республики Крым, не должны были включаться в выборку исследования по состоянию на 18.03.2014, принимается коллегией к сведению. Вместе с тем ситуация, связанная с товарными знаками, зарегистрированными с учетом соответствующих фактических обстоятельств, обуславливает широкую осведомленность российских потребителей о возможности появления на рынке продукции, маркированной сходными товарными знаками, но происходящей от субъектов с территории Крыма. В связи с этим вопросы исследования должны быть направлены на выявление действительного мнения респондентов о том, полагают ли они, что указанное обозначение приобрело известность как средство индивидуализации лица, подавшего возражение, и его аффилированных лиц, в связи с чем появление нового аналогичного обозначения способно дезориентировать их относительно производителя.

В части подтверждения известности противопоставленного обозначения в материалы возражения представлены документы рекламных кампаний, публикации в печатных изданиях, а также результаты рейтингов и сведения о доле рынка, основанные на результатах маркетинговых исследований.

В данном контексте необходимо разграничивать само по себе использование обозначения и его широкое распространение в торговых точках, которые не влекут автоматического возникновения известности, в том числе известности, связанной с конкретным источником происхождения товара.

Фотоматериалы, иллюстрирующие применение обозначения в рекламе, не свидетельствуют о совместном использовании обозначения «ШИШКИН ЛЕС» или фотографий бутилированной воды и наименования конкретного лица как единого источника (группы компаний «Шишкин Лес», на что указывает лицо, подавшее возражение) в период, предшествующий 18.03.2014. Применение обозначения в


рекламных материалах и отдельных публикациях не является достаточным для формирования у потребителя устойчивой связи обозначения «ШИШКИН ЛЕС» с лицом, подавшим возражение, или с определенной группой компаний.

Следует разграничивать фактическую совместную деятельность хозяйствующих субъектов и осведомленность потребителя о ней. Формирование у потребителя устойчивой ассоциативной связи обозначения с группой лиц как единым источником происхождения товара предполагает, что именно групповая принадлежность производителя была доведена до сведения потребителя через рекламу, маркировку или иные средства коммуникации, но существование последней в глазах потребителей материалы возражения не показывают.

Следует также отметить, что из имеющихся фотографических материалов прослеживается, что обозначение, используемое на упаковках товаров, в том числе до 18.03.2014, имело устойчивый и практически неизменный дизайн, влияние которого на восприятие потребителей не может быть исключено.

В отношении довода о том, что право на фирменное наименование ООО «Шишкин Лес Холдинг» возникло 24.10.2002, то есть ранее даты подачи заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака, коллегия принимает указанное обстоятельство к сведению, однако отмечает, что само по себе более раннее возникновение права на фирменное наименование не подтверждает наличия у потребителей устойчивой ассоциативной связи между обозначением «ШИШКИН ЛЕС» и лицом, подавшим возражение, как источником происхождения товаров применительно к дате 18.03.2014. Более того, из представленных материалов следует, что обозначение «ШИШКИН ЛЕС» использовалось иным ООО «Шишин Лес Холдинг» применительно к питьевой воде еще до 2002 года, то есть до момента возникновения права на фирменное наименование лица, подавшего возражение (товарные накладные на поставку воды «ШИШКИН ЛЕС» за 1998–1999 годы, платежные поручения, копия страниц газеты «Покупатель» № 12 за июль 1999 года



содержит данные изготовителя «»), а значит, оценка

использования фирменного наименования, право на которое не передаваемо и неотчуждаемо, не может быть отнесена к документам без полных реквизитов на них субъекта.

По результатам анализа каждого из представленных материалов в отдельности и в их совокупности коллегия не усматривает оснований для вывода о наличии известности лица, подавшего возражение, или нескольких организаций как единого источника происхождения товаров, маркированных обозначением «ШИШКИН ЛЕС», а следовательно, не находит оснований для признания доказанными доводов лица, подавшего возражение, о способности оспариваемого товарного знака вводить потребителей в заблуждение относительно изготовителя товара.

Несовпадение места нахождения лица, подавшего возражение, или места производства товара с географическим названием, включенным в состав обозначения, заявленного на регистрацию, также не предопределяет вывода о возможности введения потребителей в заблуждение в отношении товара либо его изготовителя, поскольку известность товара как происходящего именно с указанной территории также не подтверждена.

В отношении доводов лица, подавшего возражение, о способности оспариваемого обозначения вводить потребителей в заблуждение относительно самого товара вследствие того, что потребителям известна продукция лица, подавшего возражение (аффилированных лиц), а именно как питьевая, а не минеральная вода, имеющая определенные свойства и состав, коллегия отмечает, что такая известность не была подтверждена применительно к дате 18.03.2014.

То обстоятельство, что отдельные потребители или контрагенты усмотрели возможность обратиться к лицу, подавшему возражение, или аффилированным с ним лицам в связи с продукцией правообладателя, не может служить основанием для аннулирования регистрации, поскольку относится к вопросу использования обозначения на рынке и, следовательно, выходит за пределы компетенции Роспатента.

Аналогично доводы, касающиеся возможного злоупотребления правом или недобросовестной конкуренции, не могут быть исследованы в рамках настоящего

возражения, поскольку Роспатент не обладает компетенцией делать выводы относительно поведения сторон.

Указанное обстоятельство повлияло на рассмотрение ходатайства о приостановлении (переносе даты) заседания коллегии в связи с инициированием лицом, подавшим возражение, отдельного разбирательства в ФАС России. Лицо, подавшее возражение, воспользовалось правом на подачу возражения, предусмотренного подпунктом 3.2.10 Правил ППС; в рамках такого возражения обстоятельства недобросовестной конкуренции или злоупотребления правом не исследуются – даже в случае их установления уполномоченным органом. При наличии соответствующего акта уполномоченного органа лицо, подавшее возражение, вправе подать возражение, предусмотренное подпунктом 3.2.15 Правил ППС, которое является возражением на основании подпункта 6 пункта 2 статьи 1512 Кодекса и требует уплаты пошлины в установленном размере, поскольку относится к иному юридически значимому действию. Объединение двух видов возражений в одно производство Правилами ППС не предусмотрено.

Поскольку все доводы, изложенные в возражении, сводятся к возможности введения потребителей в заблуждение оспариваемой регистрацией, и они не нашли своего подтверждения на 18.03.2014, а обстоятельства, которые надлежит устанавливать антимонопольному органу, касаются иных квалифицирующих признаков, в удовлетворении ходатайства о приостановлении коллегия отказала.

С учетом изложенного доводы возражения о несоответствии оспариваемого товарного знака требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса являются недоказанными.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 04.06.2025, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 536980.