

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 21.10.2024, поданное индивидуальным предпринимателем Ибатуллиным А.В., город Уфа (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №731548, при этом установлено следующее.



Регистрация товарного знака «» по свидетельству №731548 с приоритетом от 21.02.2019 была произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 15.10.2019 по заявке №2019707347. Правообладателем товарного знака по свидетельству №731548 является ООО «МИРКЛИ», Москва (далее - правообладатель). Товарный знак зарегистрирован в отношении товаров и услуг 07, 09, 11, 21, 35 классов МКТУ.

В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 21.10.2024, выражено мнение о том, что регистрация товарного

знака по свидетельству №731548 произведена с нарушением требований, установленных положениями пунктов 6, 10 статьи 1483 Кодекса.

Возражение основано на следующих доводах:

- лицо, подавшее возражение, является правообладателем исключительного

права на товарный знак «**МИР**» по свидетельству №563504 с приоритетом от 26.07.2013 на основании договора о распоряжении исключительным правом от 14.04.2017;

- словесный элемент «Сli» не понятен для среднего российского потребителя, а сильным элементом оспариваемого товарного знака является элемент «Mir», который расположен первым, и именно с него начинается восприятие оспариваемого обозначения;

- противопоставленный товарный знак по свидетельству №563504 фонетически и семантически входит в состав оспариваемого обозначения, что свидетельствует о том, что сравниваемые обозначения ассоциируются между собой;

- услуги 35 класса МКТУ «агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; изучение рынка; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; посредничество коммерческое; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и

продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по исследованию рынка; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги PPC; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» оспариваемого товарного знака являются однородными услугам 35 класса МКТУ «реклама; демонстрация товаров; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях» противопоставленного товарного знака свидетельству №563504, поскольку данные услуги имеют одно назначение, единую сферу применения и одинаковый круг потребителей;

- высокая степень сходства противопоставленного знака «МИР» со словесным элементом «Mir» оспариваемого знака, семантически и грамматически не связанного со словесным элементом «Cii», свидетельствует о несоответствии предоставления правовой охраны оспариваемому товарному знаку пункту 10 статьи 1483 Кодекса.

На основании вышеизложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать правовую охрану товарного знака по свидетельству №731548 недействительной в отношении услуг 35 класса МКТУ «агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; изучение рынка; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление витрин; оформление рекламных материалов; посредничество коммерческое; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через

спонсорство спортивных мероприятий; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по исследованию рынка; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги PPC; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» на основании пунктов 6, 10 статьи 1483 Кодекса.

Правообладателем 06.03.2025 был направлен отзыв на возражение от 21.10.2024, в котором он отмечал следующее:

- оспариваемый товарный знак по свидетельству №731548 и противопоставленный товарный знак по свидетельству №563504 не являются сходными до степени смешения, так как различаются по фонетическому, визуальному и семантическому признакам сходства;

- фонетически, оспариваемый товарный знак прочитывается как [МИРКЛИ], в то время как противопоставленный товарный знак имеет звучание [МИР], то есть сравниваемые обозначения имеют разное количество слогов, состав гласных и согласных звуков, что определяет их фонетическое различие;

- сравниваемые обозначения различаются по визуальному признаку сходства, так как выполнены разными видами и размерами шрифтов;

- противопоставленный товарный знак включает в себя единственный словесный элемент «МИР», который закреплен в словарно-справочных источниках со следующими значениями: 1) «совокупность всех форм материи в

земном и космическом пространстве; Вселенная»; 2) «отсутствие войны, вооружённых действий между государствами; согласное сосуществование государств, народов»¹;

- оспариваемый товарный знак создает качественно новое смысловое восприятие, строя не очевидную ассоциацию между словесной частью и основной деятельностью ООО «МИРКЛИ» (правообладателя);

- правообладатель полагает, что словесные элементы оспариваемого товарного знака должны рассматриваться в своей совокупности, так как они выполнены единым шрифтом, буквами латинского алфавита;

- само обозначение «MirCli» имеет фантазийный характер и не ассоциируется с кем-либо, кроме самого правообладателя оспариваемого товарного знака;

- основной деятельностью правообладателя является поставка и монтаж климатической техники бытового и промышленного назначения. ООО «МИРКЛИ» осуществляет полный цикл услуг от проектирования до ввода в эксплуатацию и последующего сервисного обслуживания систем кондиционирования, вентиляции и отопления;

- правообладатель активно использует обозначение «MirCli» в своей деятельности, что подтверждается приложенными к отзыву материалами (приложения №№1-12);

- правообладатель указывает, что оспариваемый товарный знак не нарушает положения пункта 10 статьи 1483 Кодекса, так как в оспариваемом обозначении словесный элемент «Mir» является не отдельным элементом, а является частью словесного элемента «MirCli», который занимает доминирующее положение в оспариваемом обозначении;

- правообладатель особо обращает внимание коллегии на практику разрешения серии аналогичных споров в Палате по патентным спорам, инициированных индивидуальным предпринимателем Ибатуллиным А.В. (дела №№2024B00600, 2024B00748, 2024B00620);

¹ [https://gramota.ru/poisk?query=мир&mode=slovari&dicts\[\]=42](https://gramota.ru/poisk?query=мир&mode=slovari&dicts[]=42)

- учитывая сокращенный перечень услуг 35 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован противопоставленный товарный знак, имеются основания полагать, что индивидуальный предприниматель Ибатуллин А.В. злоупотребляет правом, в связи с чем препятствует нормальному осуществлению предпринимательской деятельности лицами, правомерно использующих принадлежащие им товарные знаки.

На основании изложенного, правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №731548 в отношении услуг 35 класса МКТУ.

К отзыву правообладателем были приложены следующие документы:

1. Скриншот аккаунта правообладателя в соцсети «Instagram»;
2. Скриншот аккаунта правообладателя в соцсети «VK»;
3. Скриншот канала правообладателя в сети «YouTube»;
4. Скриншот рекламного ролика в сети «Rutube»;
5. Запись рекламного ролика из «Instagram» (на электронном носителе);
6. Скриншоты отзывов на сайте «Яндекс»;
7. Благодарственные письма;
8. Скриншот сюжета на телеканале «НТВ»;
9. Показатели метрики за 2024 год по сайту mircli.ru;
10. Скриншот поискового запроса «MirCli»;
11. Скриншот с сайта Mircli.ru - главная страница;
12. Скриншот с сайта Mircli.ru - реквизиты.

Коллегия отмечает, что 13.03.2025 правообладателем были продублированы приложения №№1-12, направленные в материалы дела с отзывом от 06.03.2025.

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

С учетом даты приоритета (21.02.2019) правовая база для оценки охраноспособности товарного знака по свидетельству №731548 включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной

регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20 июля 2015 г. №482 (далее - Правила).

В соответствии с пунктом 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 настоящих Правил.

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

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

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость

звук, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

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

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

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

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

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

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или

услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

В соответствии с пунктом 10 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении однородных товаров обозначения, элементами которых являются охраняемые в соответствии с Кодексом средства индивидуализации других лиц, сходные с ними до степени смешения обозначения, а также объекты, указанные в пункте 9 статьи 1483 Кодекса.

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

Оспариваемый товарный знак по свидетельству №731548 представляет собой



комбинированное обозначение «», состоящее из стилизованного графического элемента, и из словесного элемента «MirCli», выполненного стандартным шрифтом, заглавными и строчными буквами латинского алфавита. Товарный знак зарегистрирован в отношении товаров и услуг 07, 09, 11, 21, 35 классов МКТУ.

Лицо, подавшее возражение, является правообладателем товарного знака

«» по свидетельству №563504 (с более ранним приоритетом), который, по его мнению, является сходным до степени смешения с оспариваемым товарным знаком по свидетельству №731548 и зарегистрирован в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ. Таким образом, индивидуальный предприниматель Ибатуллин А.В. признан заинтересованным лицом в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №731548 в отношении услуг 35 класса МКТУ.

При анализе оспариваемого товарного знака на предмет несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса коллегией было установлено следующее.

МИР

Противопоставленный товарный знак «**МИР**» по свидетельству №563504 представляет собой словесное обозначение, выполненное стандартным шрифтом, заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении услуг 35 класса МКТУ [1].

По мнению лица, подавшего возражение, сходство сравниваемых знаков обусловлено тем, что противопоставленный товарный знак [1] фонетически и семантически входит в состав оспариваемого обозначения.

Коллегия отмечает, что противопоставленный товарный знак «МИР» [1] действительно фонетически входит в состав оспариваемого обозначения, однако, данного обстоятельства недостаточно для вывода о сходстве сравниваемых обозначений в целом.

Коллегия указывает, что в оспариваемом товарном знаке словесные элементы «Mir», «Cli» выполнены единым шрифтом, близко расположены друг к другу, ввиду чего они воспринимаются потребителями как единый словесный элемент «MirCli».

Фонетически, оспариваемое обозначение состоит из 2 слогов (6 букв), прочитывается как [МИРКЛИ], в то время как противопоставленный товарный знак [1] состоит из 1 слога (3 букв), произносится как [МИР], что обуславливает их фонетическое различие.

Оспариваемое обозначение и противопоставленный товарный знак [1] также имеют визуальные отличия, так как различаются по длине, что обуславливает разное зрительное впечатление, кроме того, в состав оспариваемого обозначения входит стилизованный графический элемент, которые также формируют его общее зрительное отличительное восприятие.

В состав оспариваемого товарного знака входит словесный элемент «MirCli», который не имеет словарно-справочных значений, ввиду чего не представляется возможным сравнить противопоставленные друг другу обозначения на предмет наличия или отсутствия семантического критерия сходства.

В соответствии с изложенным, сопоставляемые обозначения не ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать вывод о том, что они не являются сходными до степени смешения.

Анализ однородности услуг 35 класса МКТУ, в отношении которых предоставлена правовая охрана оспариваемому товарному знаку по свидетельству №731548, и услуг 35 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [1], показал следующее.

Коллегия отмечает, что согласно сведениям Государственного реестра товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации по заявлению правообладателя противопоставленного товарного знака [1] правовая охрана указанного обозначения была сокращена до следующих позиций 35 класса МКТУ «реклама; демонстрация товаров; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях» (запись внесена от 25.05.2022).

Услуги 35 класса МКТУ «агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; изучение рынка; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; оформление

витрин; оформление рекламных материалов; посредничество коммерческое; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; публикация рекламных текстов; радиореклама; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; телемаркетинг; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по исследованию рынка; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги РРС; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]» оспариваемого товарного знака являются однородными услугам 35 класса МКТУ «реклама; демонстрация товаров; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях» противопоставленного товарного знака [1], поскольку сравниваемые услуги относятся к услугам в области рекламы, а также к услугам по продвижению товаров, имеют одно назначение, сферу применения и круг потребителей.

Однако, при установленном несходстве оспариваемого товарного знака с противопоставленным товарным знаком [1], вывод об однородности услуг не повлияет на отсутствие смешения знаков в гражданском обороте.

С учетом изложенного, довод лица, подавшего возражение, о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №731548 противоречит требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, следует признать неубедительным.

При анализе оспариваемого товарного знака на предмет несоответствия требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса коллегией было установлено следующее.

Положение пункта 10 статьи 1483 Кодекса, по общему правилу, может быть применено к товарному знаку, представляющему собой обозначение, которое состоит из отдельных фрагментов, и один из фрагментов представляет собой товарный знак другого лица. При этом самостоятельность данной нормы обусловлена тем, что такой фрагмент (элемент), присутствуя в композиции, не является доминирующим и не выполняет основную индивидуализирующую функцию товарного знака (например, расположен в угловой части этикетки и по своему пространственному положению не является существенным в композиции всего комбинированного обозначения). Иными словами, действие нормы направлено на недопущение нарушений прав третьих лиц тогда, когда факт нарушения не вызывает сомнения, а нормы пунктов 6, 8, 9 статьи 1483 Кодекса к рассматриваемой ситуации не применимы в силу незначительной роли таких спорных элементов.

Коллегия отмечает, что оспариваемое обозначение включает в себя не отдельный фрагмент (словесный элемент) «Mir», а содержит единый словесный элемент «MirCli», который соотносится с правообладателем оспариваемой регистрации - ООО «МИРКЛИ». При этом, данный словесный элемент выполняет основную индивидуализирующую функцию в оспариваемом товарном знаке, так как он расположен в центральной его части и обращает на себя внимание потребителей. Таким образом, коллегия не находит оснований для вывода о том,

что оспариваемый товарный знак противоречит положениям пункта 10 статьи 1483 Кодекса.

Что касается доводов правообладателя о том, что «индивидуальный предприниматель Ибатуллин А.В. злоупотребляет правом», коллегия обращает его внимание на то, что установление факта злоупотребления правом при рассмотрении возражений против предоставления правовой охраны товарному знаку не относится к компетенции федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности. Следовательно, оснований для анализа поступившего возражения на предмет его соответствия требованиям статьи 10 Кодекса у коллегии не имеется.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 21.10.2024, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №731548.