

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами подачи возражений и заявлений и их рассмотрения в Палате по патентным спорам, утвержденными приказом Роспатента от 22.04.2003 № 56, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 08.05.2003 №4520, рассмотрела поступившее 28.04.2017 возражение, поданное ОАО «РОТ ФРОНТ», (далее — лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №271395, при этом установила следующее.

Оспариваемый товарный знак по заявке №2003713784 с приоритетом от 16.07.2003 был зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 06.07.2004 за №271395 в отношении товаров 30 класса МКТУ на имя Сосьете де Продюи Нестле С.А., Швейцария. В настоящее время на основании регистрации Роспатентом договора РД0199680 от 07.06.2016 об отчуждении исключительного права на товарный знак его правообладателем является Аврамчук Александра Евгеньевна, Санкт-Петербург (далее - правообладатель).

Согласно материалам заявки в качестве товарного знака зарегистрировано словесное обозначение «**МАСКА-НЕВИДИМКА**», выполненное стандартным шрифтом буквами русского алфавита.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) 28.04.2017 поступило возражение, в котором изложено мнение о том, что правовая охрана товарному знаку по свидетельству №271395 предоставлена в нарушение требований, установленных пунктом 3 статьи 6 Закона о товарных знаках.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- в соответствии с пунктом 3(2) Рекомендаций по отдельным вопросам экспертизы заявленных обозначений, для того, чтобы определить, способно ли обозначение ввести потребителя в заблуждение, целесообразно ответить на вопрос - может ли оно вызвать у потребителя ассоциативное представление о товаре, которое способно ввести потребителя в заблуждение;

- суды в Постановлении ФАС Московского округа от 07.08.2012 по делу №А40-107148/11-12-822 («Долина» vs. «Русская долина»), в Постановлении Девятого арбитражного апелляционного суда от 31.01.2012 по делу №А40-149375/10-51-1260 («SBH» vs. «SBH») указывают, что способность введения потребителя в заблуждение обозначением может возникнуть в результате ассоциаций с иным производителем, основанных на предшествующем опыте потребителя;

- оспариваемый товарный знак вводит в заблуждение потребителя относительно производителя товаров;

- благодаря высочайшему качеству кондитерской продукции ОАО «РОТ ФРОНТ», ее присутствию на рынке России около 200 лет - с 1826 г., а также благодаря широкой дистрибьюторской сети, вся продукция ОАО «РОТ ФРОНТ» ассоциируется в глазах потребителей с давними традициями кондитерского дела и с высоким качеством, заслужив доверие потребителей;

- ОАО «РОТ ФРОНТ» является правообладателем словесного товарного знака «МАСКА» по свидетельству №125791 с приоритетом от 17.09.1993;

- ОАО «РОТ ФРОНТ» является производителем конфет «МАСКА» как минимум с 1943 г., производило их на постоянной основе вплоть до даты подачи заявки на словесный товарный знак «МАСКА-НЕВИДИМКА» по свидетельству №271395, и производит их в настоящее время, что подтверждается годовыми отчетами фабрики, копиями этикеток конфет «МАСКА», справкой ОАО «РОТ ФРОНТ» об объемах производства конфет «МАСКА», каталогами продукции с 1996 по 2007 гг и др.;

- осуществляемое фабрикой ОАО «РОТ ФРОНТ» производство конфет под обозначением «МАСКА» носило интенсивный характер на протяжении длительного

периода времени (60 лет по состоянию на 2003 г.), что подтверждается годовыми отчетами фабрики и справкой ОАО «РОТ ФРОНТ» об объемах производства конфет «МАСКА» за период с 1943 года по 2016 год;

- выведя на рынок в 40-х годах XX века конфеты «МАСКА», ОАО «РОТ ФРОНТ» поддерживает значительные годовые объемы производства данного продукта вплоть до настоящего момента, при этом общий объем производства конфет под обозначением «МАСКА», произведенной ОАО «РОТ ФРОНТ» с 1966 по 2003 г., составил не менее 14 868 250 кг (и это даже без учета некоторых данных из годовых отчетов фабрики, которые в архивах пока не обнаружены);

- конфеты под обозначением «МАСКА» широко представлены по всей России, разветвленная дистрибьюторская сеть и логистические возможности ОАО «РОТ ФРОНТ» и его управляющей компании - ООО "Объединенные кондитеры", позволяют продавать конфеты под обозначением «МАСКА» во всех крупнейших городах России и странах ближнего и дальнего зарубежья, в частности - в Абхазии, Молдове, Армении, Грузии, Киргизии, Таджикистане, Туркменистане, странах ЕС, Южной Осетии и др.;

- наименование кондитерской продукции «МАСКА» вызывает в сознании потребителя представление о высоком качестве данной продукции и о конкретном изготовителе данной продукции, то есть, словесное обозначение «МАСКА» в отношении кондитерской продукции вызывает в сознании потребителя устойчивую ассоциативную связь с конкретным товаром - конфетами «МАСКА», производимыми фабрикой ОАО «РОТ ФРОНТ»;

- более того, слово «МАСКА» имеет словарное значение и семантически не связано с кондитерскими изделиями, а поэтому изначально обладало и обладает высокой различительной способностью в отношении кондитерских изделий и потому обозначение «МАСКА-НЕВИДИМКА» без труда может вызвать смешение с товаром под обозначением «МАСКА» и ее изготовителем;

- поскольку товарные знаки «МАСКА» и «МАСКА-НЕВИДИМКА» используются и зарегистрированы в отношении идентичных товаров (кондитерские

изделия), следовательно, вероятность их смешения и введения потребителей в заблуждение значительно выше;

- учитывая широкую известность товарного знака «МАСКА» на дату подачи заявки на товарный знак «МАСКА-НЕВИДИМКА», очевидно, что основное логическое ударение в словосочетании «МАСКА-НЕВИДИМКА» падает на словесный элемент «МАСКА», который имеет самостоятельное семантическое значение, не связанное с кондитерскими изделиями, и потому несет основную смысловую нагрузку в словосочетании «МАСКА-НЕВИДИМКА», словесный элемент «НЕВИДИМКА» выступает в качестве второстепенного элемента, характеризующего основное слово «МАСКА», поскольку указывает на ее свойства (быть неузнаваемой, невидимой для других);

- центральным элементом, порождающим в сознании потребителя семантические образы при восприятии словосочетания «МАСКА-НЕВИДИМКА», является словесный элемент «МАСКА»;

- очевидно, что известность и популярность конфет «МАСКА» и их производителя - фабрики ОАО «РОТ ФРОНТ», при отсутствии таковой в 2003 г. у обозначения «МАСКА-НЕВИДИМКА», использованы правообладателем товарного знака №271395 для создания привлекательного образа продукции, маркированной обозначением «МАСКА-НЕВИДИМКА», вызывая доверие и лояльность потребителей к этой продукции и к ее производителю, основанную на лояльности потребителей к продукции под названием «МАСКА» производства фабрики ОАО «РОТ ФРОНТ», вводя, тем самым, потребителей в заблуждение;

- товарный знак «МАСКА-НЕВИДИМКА» зарегистрирован именно в связи с намерением осуществлять производство конфет с популярным обозначением «МАСКА».

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит удовлетворить возражение и признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку «МАСКА-НЕВИДИМКА» по свидетельству №271395 в отношении всех товаров 30 класса МКТУ, указанных в свидетельстве, а именно – кондитерские изделия, включая шоколад и шоколадные конфеты.

К возражению приложены копии следующих документов:

- исторические документы (Историческая справка о деятельности фабрики «РОТ ФРОНТ», годовые отчеты фабрики «РОТ ФРОНТ», исторический этикет конфет «МАСКА» фабрики «РОТ ФРОНТ», статьи в газете «Кондитер», каталоги продукции «РОТ ФРОНТ». [1];
- справка ОАО «РОТ ФРОНТ» об объемах выпуска конфет «МАСКА» за 1966-2016 г.г. [2];
- наиболее значимые награды фабрики «РОТ ФРОНТ» [3];
- распечатка рейтинга «Global top. The world's leading confectionary companies» - [4];
- свидетельства на товарные знаки «МАСКА» №125791 и №136593[5];
- сертификаты, декларации соответствия и санитарно-эпидемиологические заключения на конфеты «МАСКА»[6].

Уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении правообладатель выразил несогласие с доводами возражения в представленном отзыве, мотивированном следующими доводами:

- словосочетание «МАСКА-НЕВИДИМКА» является семантически нейтральным относительно указанных в свидетельстве №271395 товаров 30 класса и не несет прямого указания на качество товара, его изготовителя или место происхождения, а значит, не является ложным;
- согласно "Толковому словарю русского языка" С.И. Ожегова МАСКА – специальная накладка, скрывающая лицо (иногда с изображением человеческого лица, звериной морды), с вырезами для глаз, НЕВИДИМКА- невидимое существо, тонкая шпилька или заколка для женской прически;
- основным производителем кондитерских изделий под товарным знаком «МАСКА-НЕВИДИМКА» по свидетельству №271395 является Общество с ограниченной ответственностью "Кондитерская фирма "Алтай" на основании заключенного с ИП Аврамчук А.Е. лицензионного договора (рег. № РД0206518 от 16.09.2016), ранее использование указанного товарного знака ООО «Кондитерская фирма «Алтай» осуществлялось на основании лицензионного договора с

предыдущим правообладателем товарного знака компанией Корминус Энтерпрайзис Лимитед, Климентос, Никосия, Кипр (рег.№ РД0094265 от 03.02.2012), в 1998 г. Кондитерская Фабрика «Алтай», далее преобразованная в ООО «Кондитерская фирма «Алтай» (документы, подтверждающие правопреемственность прилагаются) волилась в компанию Сосьете де Продюи Нестле ОА. (1800, Веве, Швейцария (СН)), на имя которой был зарегистрирован товарный знак «МАСКА-НЕВИДИМКА» по свидетельству №271395;

- в обоснование возможности введения потребителей в заблуждение использованием товарного знака «МАСКА-НЕВИДИМКА» в возражении указано, что конфеты, маркируемые обозначением «МАСКА», с 1943 года выпускает ОАО «РОТ ФРОНТ», однако данные конфеты с 40-х годов и до 01.01.2008 выпускались не только ОАО РОТ ФРОНТ», но и другими кондитерскими фабриками, сорт конфет «МАСКА» создан в СССР в начале 40-х годов 20 века и упоминается в многочисленных унифицированных сборниках рецептов кондитерской продукции;

- в частности, кондитерской фабрикой «Алтай», которая, являясь одним из крупнейших предприятий Барнаула с 1988 года, начала выпускать конфеты «МАСКА» с 1989 года, то есть еще до того, как ОАО «РОТ ФРОНТ» получило исключительное право на товарный знак «МАСКА» по свидетельству № 125791 от 17.09.1993;

- в Советском Союзе разработкой названий и рецептур на конфеты занимался Отдел пищевой промышленности Всесоюзного научно-исследовательского института кондитерской промышленности Госагропрома СССР, на основании разработок которого выпускались справочники с рецептурой (Рецептурники в виде книг) на конфеты с указанием их названий, производимые по утвержденным рецептурам конфеты согласно данному справочнику назывались в соответствии с названием рецептуры, которая была разработана и получила своё название благодаря Отделу пищевой промышленности Всесоюзного научно-исследовательского института кондитерской промышленности Госагропрома СССР, а не кондитерской фабрикой «РОТ ФРОНТ» (ныне - ОАО «РОТ ФРОНТ»);

- если предприятие отклонялось от рецептуры, указанной в этом сборнике, то продукт не мог называться так, как указано в сборнике, т.е. все кондитерские предприятия Советского союза могли производить один и тот же ассортимент по одним и тем же рецептурам;

- свою узнаваемость продукция под обозначением «МАСКА», качество которой должно было соответствовать утвержденной рецептуре и ГОСТу (4570), приобрела благодаря широкому производству данных изделий кондитерскими предприятиями всего Советского Союза, а не одной указанной компанией, при этом в момент перестройки и в дальнейшем каждое предприятие могло вносить изменение в рецептуру, но при условии, что продукт будет носить иное название, чем указано в Сборнике Рецептур, так родилось обозначение «МАСКА-НЕВИДИМКА»;

- не очевидно также утверждение возражения, что товарный знак «МАСКА-НЕВИДИМКА» порождает у потребителей представление через ассоциации с товарным знаком «МАСКА» о том, что он может также принадлежать ОАО «РОТ ФРОНТ»;

- в ходе сравнительного анализа товарных знаков по свидетельствам №271395 и №125791 было установлено, что данные знаки включают фонетически тождественный словесный элемент «МАСКА», при этом товарный знак по свидетельству № 271395 состоит из двух слов, написанных через дефис и образующих единое и неделимое звуковое словосочетание, которое не совпадает по большинству признаков фонетического сходства: количеству слов, слогов, звуков, а также составу гласных и согласных, что обуславливает вывод о различии сопоставляемых знаков по фонетическому признаку, кроме того, само слово «НЕВИДИМКА» является зарегистрированным товарным знаком по свидетельству №577954; также имеет место и существенное семантическое различие рассматриваемых знаков;

- с учетом того, что все кондитерские предприятия Советского Союза могли производить один и тот же ассортимент по одним и тем же рецептурам, в том числе под рецептурой Конфеты «МАСКА», различительная способность словесного элемента «МАСКА» по отношению к кондитерским изделиям снижена и носит

размытый характер, поскольку не было четкой ассоциации производства данных конфет только с одним конкретным предприятием;

- кроме того, различие в глазах потребителей продукции, маркируемой товарными знаками «МАСКА-НЕВИДИМКА» и «МАСКА», усиливается также различным дизайном этикеток, поскольку оспариваемый товарный знак используется совместно с товарным знаком «САВИНОВ»;

- в возражении не представлено доказательств того, что знак «МАСКА-НЕВИДИМКА» порождает у потребителей представление о его принадлежности к ОАО «РОТ ФРОНТ»;

- различительная способность словесного элемента «МАСКА» по отношению к кондитерским изделиям снижена и носит размытый характер в силу присутствия этого слова в составе различных товарных знаков, зарегистрированных на имя различных лиц для однородной продукции 30 класса МКТУ, в частности: Веселые маски № 235680, Байкальская маска № 388082, КОРОЛЕВСКАЯ МАСКА № 408942, Волшебная маска № 178298 и др.;

- по заказу правообладателя товарного знака «МАСКА-НЕВИДИМКА» по свидетельству № 271395 было проведено исследование и социологический опрос потребителей кондитерских изделий, а именно конфет, который показал отсутствие ввода потребителей в заблуждение относительно качества товара, его изготовителя или места происхождения через ассоциацию с продукцией ОАО «РОТ ФРОНТ» под товарным знаком «МАСКА» по свидетельству 125791;

- в результате проведенной социологической экспертизы лабораторией социологической экспертизы Института социологии РАН были подготовлены и обоснованы следующие выводы:

- 1) большинство опрошенных знают все конфеты и под обозначением «МАСКА», и под обозначением «МАСКА-НЕВИДИМКА», также в подавляющем большинстве случаев респонденты смогли указать правильное название конфет;
- 2) более половины опрошенных полагает, что конфеты под обозначениями «МАСКА-НЕВИДИМКА» и «МАСКА» - это разные конфеты, а не одна и та же;

3) большинство полагает, что представленные конфеты производятся разными компаниями, и права на их производство тоже имеют независимые друг от друга компании продолжительный период времени, в связи с этим можно сделать вывод об отсутствии ввода потребителя в заблуждение относительно производителя продукции.

На основании изложенного в отзыве правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану оспариваемого товарного знака.

К отзыву приложены следующие материалы:

- документы, подтверждающие правопреемственность ООО «Кондитерская фирма «Алтай»;
- копия договора на производство кондитерских изделий по заказу ООО «Нестле Россия»;
- историческая справка об основных этапах развития ООО «Кондитерская фирма «Алтай»;
- копии благодарственных писем и дипломов;
- копии сертификатов соответствия и лицензия;
- копии страниц Сборника Рецептур, датированные 1971г. и 1986г., с приведенной в них рецептурой Конфеты «МАСКА»;
- список кондитерских фабрик СССР в период с 1917г. по 1991г.;
- информация из открытых источников о составе конфет «МАСКА» (ОАО «РОТ ФРОНТ»);
- копия Постановления Девятого Арбитражного Апелляционного суда и ФАС по делу № А40-95984/12-26-817;
- копия Постановления СИП и Определение ВАС по делу №А33-17819/2012;
- копия Решения Палаты по патентным спорам Роспатента от 01.03.2015г.;
- копия Решения Арбитражного суда Смоленской области по делу № А62-2023/2016;
- копии информационных писем от дистрибьюторов;

- Заключение №16-2017 от 27.01.2017г. Лаборатории социологической экспертизы Института социологии РАН;
- Заключение №172-2017 от 14 июня 2017 Лаборатории социологической экспертизы Института социологии РАН;
- предварительный отчет об анализе документов об обращении обозначений «Буревестник», «Маска», «Ласточка» и «Ромашка», используемых в отношении конфет на территории Российской Федерации;
- Рецептуры конфет. Издание официальное, Москва, 1939;
- Рецептуры на конфеты и ирис, Пищепромиздат, Москва, 1952;
- Отраслевой стандарт;
- Заключение №247-2017 от 14.08.2017 Лаборатории социологической экспертизы Института социологии РАН;
- сведения о выработке конфет по Старо-Оскольской, Волгоградской, Куйбышевской, Сарепульской фабрикам за 1967 год;
- данные из справочника ЦСУ СССР «Средние розничные цены и рентабельность производства кондитерских изделий за 1977 – 1980 годы.

Изучив материалы дела и выслушав лиц, участвующих в рассмотрении возражения, коллегия сочла доводы возражения убедительными.

С учетом даты (16.07.2003) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя Кодекс, Закон Российской Федерации от 23.09.1992 № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров», с изменениями и дополнениями, внесенными Федеральным законом от 11.12.2002 № 166-ФЗ, введенными в действие 27.12.2002 (далее – Закон), 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 за № 4322 (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 3 статьи 6 Закона не допускается регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих

элементы, в частности, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя.

В соответствии с пунктом 2.5.1 Правил к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности. Обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение, если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из его элементов.

Оспариваемый товарный знак «**МАСКА-НЕВИДИМКА**» по свидетельству №271395 представляет собой словесное обозначение, выполненное стандартным шрифтом буквами русского алфавита.

Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 30 класса МКТУ – кондитерские изделия, включая шоколад и шоколадные конфеты.

По мнению лица, подавшего возражение, оспариваемый товарный знак способен ввести потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров.

Анализ оспариваемого обозначения показал, что оно не содержит в своем составе ложных или способных ввести потребителя в заблуждение элементов. Вместе с тем, существует вероятность введения потребителя в заблуждение через ассоциации, связанные с иным лицом (лицами), а не правообладателем оспариваемого товарного знака, что обусловлено предшествующими знаниями потребителя об обозначении.

Возникновение указанных ассоциаций стало возможным в силу интенсивного использования до даты приоритета оспариваемого товарного знака сходного с ним словесного обозначения при производстве однородных товаров и продвижении их на российском потребительском рынке.

Анализ оспариваемого товарного знака «**МАСКА-НЕВИДИМКА**» показал, что он является сходным до степени смешения с обозначением «**МАСКА**», используемым лицом, подавшим возражение, в отношении однородных товаров, что определяется на основании следующих признаков.

Фонетическое сходство знаков обусловлено полным фонетическим вхождением одного обозначения в другое. Что касается семантического сходства обозначений, то оно обусловлено тем, что добавление к слову «МАСКА» определения «невидимка» в оспариваемом знаке не вызывает ассоциаций, существенно отличающихся от ассоциаций с маской. Визуальный признак сходства словесных обозначений относится к второстепенным признакам, не влияющим на вывод о сходстве знаков.

Согласно материалам возражения, лицо, подавшее возражение, использует обозначение «МАСКА», начиная с 1943 года, в том числе до даты приоритета оспариваемого товарного знака, что подтверждается годовыми отчетами фабрики и справкой ОАО «РОТ ФРОНТ» об объемах производства конфет «МАСКА». В частности, в период с 1949 года по 2004 год минимальный годовой объем производства конфет «МАСКА» пришелся на 1998 год - 630344 кг конфет, а максимальный - на 2003 год – 1 720 411 кг конфет в год, при этом общий объем производства конфет под обозначением «МАСКА», произведенной ОАО «РОТ ФРОНТ» с 1966 по 2003 г., составил не менее 14 868 250 кг.

Таким образом, обозначение «МАСКА» в течение длительного периода времени (60 лет до даты приоритета оспариваемого знака) непрерывно использовалось и продолжает использоваться лицом, подавшим возражение, - ОАО «РОТ ФРОНТ», в результате чего приобрело широкую известность на территории России в отношении кондитерских изделий, а именно конфет.

Таким образом, материалы возражения свидетельствуют о том, что кондитерские изделия, маркированные оспариваемым товарным знаком «МАСКА-НЕВИДИМКА», способны восприниматься потребителем как товары, произведенные лицом, подавшим возражение, либо под его контролем, и благодаря интенсивному использованию сходного с ним обозначения могут ассоциироваться с ОАО «РОТ ФРОНТ», а не с правообладателем оспариваемого товарного знака.

Как следует из возражения, обозначение «МАСКА» использовалось и используется для маркировки кондитерских изделий (конфет), которые относятся к 30 классу МКТУ и являются однородными товарам 30 класса МКТУ – кондитерские

изделия, включая шоколад и конфеты шоколадные, в отношении которых зарегистрирован товарный знак по свидетельству №271395, поскольку они имеют один вид (конфеты), относятся к одной родовой группе – кондитерские изделия, имеют одно назначение, одинаковые условия реализации и один круг потребителей.

Довод правообладателя о том, что обозначение «МАСКА» утратило различительную способность по отношению к кондитерским изделиям, поскольку все кондитерские предприятия Советского Союза могли производить один и тот же ассортимент по одним и тем же рецептурам, в том числе под рецептурой Конфеты «МАСКА», и что данные конфеты с 40-х годов и по настоящее время выпускает не только ОАО РОТ ФРОНТ», но и другие кондитерские фабрики, следует отметить, что материалы отзыва правообладателя не содержат сведений о выпуске конфет «МАСКА» другими производителями после 1980 года. Не подтвержден также довод правообладателя о том, что кондитерской фабрикой «Алтай» конфеты «Маска» производились с 1989 года.

В отношении довода правообладателя о слабой различительной способности обозначения «МАСКА» для кондитерских изделий ввиду наличия различных регистраций со словом «МАСКА», коллегия отмечает, что приведенные примеры регистраций не являются свидетельством их использования на российском рынке многими производителями при маркировке кондитерских изделий.

Что касается представленного правообладателем социологического опроса, то проведенный опрос относится к иным объектам исследования, а не оспариваемого товарного знака по свидетельству №271395 и обозначения «МАСКА», используемого на упаковках конфет ОАО «РОТ ФРОНТ».

В связи с указанным регистрацией оспариваемого товарного знака, а также возможная последующая деятельность под этим обозначением в области производства однородных товаров способны ввести потребителя в заблуждение относительно производителя товаров, что свидетельствует о несоответствии товарного знака по свидетельству №271395 в отношении указанных выше товаров требованиям пункта 3 статьи 6 Закона.

В поступившем 21.08.2017 Особом мнении правообладателя изложены доводы, в основном, повторяющие доводы отзыва на возражение, которые изучены и проанализированы в мотивировочной части заключения.

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

удовлетворить возражение, поступившее 28.04.2017, и признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №271395 недействительным полностью.