

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454) [далее – Правила ППС], рассмотрела возражение, поступившее 30.10.2023, поданное Обществом с ограниченной ответственностью "Милфудс", Тверская обл., Калининский р-н, с/п Бурашевское (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022787673 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке № 2022787673, поданной 02.12.2022, испрашивалось на имя заявителя в отношении товаров 30 класса МКТУ «кофе».

Согласно материалам заявки заявлено комбинированное обозначение:



«  » в цветовом сочетании: «черный, белый, коричневый, темно-коричневый, терракотовый, темно-терракотовый, медный, фиолетовый».

Решение Роспатента от 25.08.2023 об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022787673 в отношении товаров 30 класса МКТУ было принято на основании заключения по результатам экспертизы, согласно которому установлено следующее:

- в состав заявленного обозначения входит реалистическое изображение формы упаковки, которая является неохраняемым элементом в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса для заявленных товаров, поскольку не обладает различительной способностью и обусловлена исключительно функциональным назначением;

- входящие в состав заявленного обозначения элементы «PREMIUM SELECTION» - в переводе с англ. языка на русский язык - «ВЫБОР ПРЕМИУМ КЛАССА», «NATURAL COFFEE» - в переводе с англ. языка на русский язык - «НАТУРАЛЬНЫЙ КОФЕ», «INTENSITY» - в переводе с англ. языка на русский язык - «ИНТЕНСИВНОСТЬ», «PREMIUM GROUND COFFEE» - в переводе с англ. языка на русский язык «МОЛОТЫЙ КОФЕ ВЫСШЕГО СОРТА» (см. Англо-русский, русско-английский словарь (электронная версия)), «КОФЕ КАК В СТАМБУЛЕ», «МЯГКИЙ И ШЕЛКОВИСТЫЙ С НОТКАМИ СУХОФРУКТОВ И ТЕМНОГО ШОКОЛАДА ДЛЯ НЕСПЕШНОГО ЗАВТРАКА», «5/10» характеризуют заявленные товары, а именно указывают на вид, свойства, качество товаров, поэтому являются неохраняемыми элементами в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса;

- входящее в состав заявленного обозначения словесный элемент «SOUL OF ISTANBUL», в котором «ISTANBUL» (в переводе с англ. языка на русский язык «СТАМБУЛ») - крупнейший город Турции, расположенный на обоих берегах пролива Босфор у Мраморного моря (см. Англо-русский, русско-английский словарь (электронная версия), Географические названия мира: Топонимический словарь) – в отношении заявленных товаров 30 класса МКТУ квалифицировано экспертизой как способное ввести потребителя в заблуждение относительно места производства товаров и местонахождения заявителя на основании пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса, поскольку заявитель находится в с/п Бурашевское (Тверская область);

- поскольку в состав заявленного обозначения включен словесный элемент «ISTANBUL», регистрация заявленного обозначения на имя заявителя, находящегося в Тверской области способна ввести потребителя в заблуждение относительно места производства товаров и местонахождения заявителя, в связи с

чем, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении товаров 30 класса МКТУ;

- словесный элемент «ISTANBUL» - в переводе с англ. языка на русский язык «СТАМБУЛ», см. Англо-русский, русско-английский словарь (электронная версия) – представляет собой название крупнейшего города Турции с населением 15 миллионов человек, который одновременно с этим является промышленным центром Турции. В Стамбуле развиты такие отрасли производства как текстильная промышленность, машиностроение, электроника, автомобилестроение, пищевая промышленность, деревообрабатывающая промышленность, химическая промышленность и др. В Стамбуле занято примерно 20 % промышленной рабочей силы Турции и на его долю приходится 38 % промышленного рабочего пространства Турции. Кроме того, Стамбул является одним из туристических и культурных центров Турции, пользующийся популярностью среди российских туристов (см. например: <https://travelask.ru/articles/promyshlennyegoroda-4turtsii?ysclid=lggfdhqemi329254978>; <https://vseonauke.com/1119683624213416655/gorod-stambul-i-egoistoriya/?ysclid=lggfhleag9386627425>; <https://karatu.ru/promyshlennostturcii/?ysclid=lggfho26th127066153>; <https://ria.ru/20221114/stambul1831346224.html?ysclid=lggfob22po565917884>; <https://travel.yandex.ru/journal/stambul/>; <https://www.aviasales.ru/psgr/article/ist-guide?ysclid=lggfpulwio152881447>; <https://www.tutu.ru/geo/turkey/stambul/article/guide/?ysclid=lggfpt94da804749197> и др.). Следовательно, вышеуказанное может свидетельствовать о широкой информированности российских потребителей об экономическом потенциале города Стамбула и заявленное обозначение «SOUL OF ISTANBUL» может вызвать у потребителя ассоциации с географическим названием, указывающим на место производства товаров, которое не соответствует действительности;

- довод заявителя о том, что обозначение «SOUL OF ISTANBUL» указывает на вкусовые качества товаров, не могут снять мотивов для отказа по основаниям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса, поскольку словесный элемент «ISTANBUL» в переводе с английского языка на русский язык означает «СТАМБУЛ» - крупнейший город Турции, расположенный на обоих берегах пролива Босфор у Мраморного моря (см. Англо-русский, русско-английский словарь (электронная версия),

Географические названия мира: Топонимический словарь) характеризует заявленные товары, поскольку может быть воспринят потребителем как указание на место их производства и местонахождения заявителя.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности поступило 30.10.2023 возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 25.08.2023.

Доводы возражения, поступившего 30.10.2023, сводятся к следующему:

- заявителем изложена хронология делопроизводства по рассматриваемой заявке на стадии экспертизы, а также приведены выдержки из законодательства, рекомендаций, справок, «Руководства по осуществлению административных процедур и действий в рамках предоставления государственной услуги по государственной регистрации товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака и выдаче свидетельств на товарный знак, знак обслуживания, коллективный знак, их дубликатов» и т.д.;
- в заключении по результатам экспертизы не приводятся сведения о том, что заявленные товары имеют происхождение, качество, репутация или иные характеристики которых обусловлены их производством в Стамбуле;
- заявленное обозначение «SOUL OF ISTANBUL» является одним из вкусов новой линейки кофе «SOUL», производимого заявителем;
- по своему семантическому значению заявленное обозначение «SOUL OF ISTANBUL» в переводе на русский язык означает «ДУША СТАМБУЛА», то есть по своему смыслу связывает вкусовые качества с кофе, приготовляемого по стамбульским рецептам. Данные сведения приводятся также в статьях СМИ: «кофейные бренды «Poetti Soul of Havana», «Poetti Soul of Rome», «Poetti Soul of Istanbul» - это аутентичные вкусовые сочетания, представляющие собой идеальную основу для приготовления кофе по традиционным рецептам кофейных столиц»;
- словесное обозначение «SOUL OF ISTANBUL», будучи единым словосочетанием, по своему семантическому значению, прежде всего, указывает на качества товара путем раскрытия его вкусовых свойств, а не на место его производства или место нахождения заявителя. Вышеизложенное подтверждается данными из открытых источников: «несмотря на то, что на упаковках указываются различные страны -

производители (от Франции до России), зерна собирают лишь в тех, что расположены вдоль экватора. Сам кофе в Италии, Португалии и других странах не выращивают, а лишь производят из приобретенного сырья. Родина напитка - Эфиопия. Здесь его употребляли с IX века» <https://travelstroy.ru/novostj/vyrashhivajuti-kofe-v-italii/>, «Родиной кофе принято называть Эфиопию», https://ru.wikipedia.org/wiki/История_кофе, «Кофе по-турецки - кофе, приготавливаемый путём варки молотых кофейных зёрен в турке, иногда с добавлением сахара. Вопреки распространённому заблуждению, кофе по-турецки является только рецептом приготовления, а не самостоятельной разновидностью кофе или кофейных зёрен» - https://ru.wikipedia.org/wiki/Кофе_по-турецки; «Кофе по-турецки так называется способ приготовления и приготовления кофе, открытый турками. У него особый вкус, пена, запах, приготовление...», <https://gungorkaya.com/ru/лучшие-турецкие-кофейные-бренды/> и т.д.;

- в свою очередь кофе, как товар в виде зерен, требующих дальнейшей обжарки и переработки, на территории Турции не произрастает и не может ассоциироваться с местом его производства;

- классические регионы произрастания кофе: Центральная Африка, Латинская Америка, Центральная Америка, Индия, Юго-Восточная Азия;

- современные технологии производства кофе позволяют осуществлять процесс его обжарки и придания какого-либо вкуса в любых точках мира;

- поисковые запросы в сети Интернет на тему «стамбульский кофе» не выдают страниц, которые бы содержали указание на Стамбул как известное место по производству кофе. Напротив, в поисковых системах содержатся статьи о стамбульских кофейнях, в которых готовится кофе по особым рецептам;

- заявителем приведены выдержки из судебной практики (дело № СИП-990/2022), в том числе в отношении принципа защиты законных ожиданий (дело № СИП-827/2022), а также примеры регистраций различных товарных знаков (например, «*Душа Карелии*» по свидетельству № 483516, «*ДУША ГРУЗИИ*» по свидетельству № 549165 и т.д.);

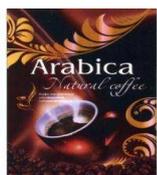
- заявленное обозначение в форме единого словосочетания «SOUL OF ISTANBUL» носит фантазийный характер, поскольку не является указанием на место

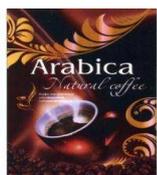
производства товара и не может восприниматься таковым средним российским потребителем;

- в случае, если форма не обладает различительной способностью, так как представляет собой реалистическое изображение товара и обусловлена исключительно его свойствами и функциональным назначением, заявленное обозначение может быть зарегистрировано в качестве товарного знака с указанием в качестве неохраняемого элемента изображения формы упаковки товара. В возражении приведены сведения в отношении заключений палаты по патентным спорам по заявкам №№ 2020748996, 2019739241. В Госреестре имеются изображения этикеток/упаковок кофе, которым предоставлена правовая охрана:



товарные знаки по свидетельствам №№ 444866 (), 513590 (), 592181



(), № 485492 () и т.д.;

- в состав заявленного обозначения входят элементы из товарных знаков заявителя



по свидетельствам №№ 900022 (), 956180 (), 913249

(**Poetti**), 913299 ();

- заявленное обозначение может быть зарегистрировано в качестве товарного знака, поскольку имеет различительную способность, обусловленную оригинальной графической композицией элементов, входящих в его состав, а также их пространственным расположением. Форма упаковки подлежит включению в товарный знак в качестве неохраняемого элемента;

- заявитель не возражает, что указанные экспертизой элементы являются неохраняемыми, при этом они не занимают в заявленном обозначении доминирующее положение;

- в состав заявленного обозначения входят вышеуказанные товарные знаки заявителя по свидетельствам № 900022, № 956180, № 913249, № 913299, а также присутствует

оригинальный дизайн, образуемый в результате используемых цветовых решений и композиции (расположения) всех элементов обозначения. Именно перечисленные элементы придают заявленному обозначению свойство различительной способности.

На основании изложенного в возражении содержится просьба об отмене решения Роспатента и регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении заявленных товаров 30 класса МКТУ «кофе» с включением в товарный знак в качестве неохраняемых следующих элементов: форма упаковки, «PREMIUM SELECTION», «NATURAL COFFEE», «INTENSITY», «PREMIUM GROUND COFFEE», «КОФЕ КАК В СТАМБУЛЕ», «МЯГКИЙ И ШЕЛКОВИСТЫЙ С НОТКАМИ СУХОФРУКТОВ И ТЕМНОГО ШОКОЛАДА ДЛЯ НЕСПЕШНОГО ЗАВТРАКА», «5/10».

Уведомленный надлежащим образом заявитель на заседании коллегии отсутствовал.

В соответствии с пунктом 41 Правил ППС неявка сторон спора, надлежащим образом уведомленных о дате, времени и месте проведения заседания коллегии, не является препятствием для проведения заседания. В возражении также была изложена просьба о рассмотрении возражения в отсутствие заявителя.

Изучив материалы дела, выслушав лиц, участвующих при рассмотрении возражения, поступившего 30.10.2023, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (02.12.2022) заявки № 2022787673 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения 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 Минэкономразвития России от 20.07.2015 г. № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015 г., рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 г. (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

- 1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;
- 2) являющихся общепринятыми символами и терминами;
- 3) характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта;
- 4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

В соответствии с абзацем шестым пункта 1 статьи 1483 Кодекса указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

В соответствии с подпунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые:

- 1) приобрели различительную способность в результате их использования;
- 2) состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1-4 пункта 1 статьи 1483 Кодекса и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации.

При этом устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшими во всеобщее употребление для

обозначения товаров определенного вида. Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы:

- общепринятыми символами, характерными для отраслей хозяйства или области деятельности, к которым относятся содержащиеся в перечне товары, для которых испрашивается регистрация товарного знака;
- условными обозначениями, применяемыми в науке и технике;
- общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

Согласно пункту 35 Правил для доказательства приобретения обозначением различительной способности могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения обозначением различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах. Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения обозначением различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

В соответствии с пунктом 3 (1) статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя.

В соответствии с пунктом 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

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



Заявленное обозначение «  » по заявке № 2022787673 является комбинированным.

Регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивается в отношении товаров 30 класса МКТУ «кофе» в цветовом сочетании: «черный, белый, коричневый, темно-коричневый, терракотовый, темно-терракотовый, медный, фиолетовый».

Заявитель выражает согласие с доводами экспертизы в части отнесения элементов изображения формы упаковки, «PREMIUM SELECTION», «NATURAL COFFEE», «INTENSITY», «PREMIUM GROUND COFFEE», «КОФЕ КАК В СТАМБУЛЕ», «МЯГКИЙ И ШЕЛКОВИСТЫЙ С НОТКАМИ СУХОФРУКТОВ И ТЕМНОГО ШОКОЛАДА ДЛЯ НЕСПЕШНОГО ЗАВТРАКА», «5/10» заявленного обозначения к неохраемым элементам в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса. Решение Роспатента от 25.08.2023 в этой части заявителем не оспаривается.

В отношении несоответствия заявленного обозначения требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

Заявленное обозначение состоит из словесных элементов «SOUL OF ISTANBUL», выполненных на двух строках, при этом элемент «ISTANBUL» выполнен более жирным черным шрифтом, что способствует акцентированию

внимания потребителей на этом элементе. Элемент «ISTANBUL» имеет следующее смысловое значение в переводе с английского языка на русский язык: «Стамбул» (см. электронный словарь: <https://translate.yandex.ru/dictionary/>).

Стамбу́л (тур. İstanbul [is'tanbuɫ]), ранее известный как Византий (греч. Βυζάντιον), затем как Константинополь (греч. Κωνσταντινούπολις [konstandi'nupolis]), в древнерусских источниках упоминается как Царьград) - крупнейший город Турции, экономический, исторический и культурный центр страны. Является также центром Мраморноморского региона - самого западного из географических (статистических) регионов страны. Расположен в Евразии, на берегах пролива Босфор (разделяющего Европу и Азию), между Мраморным и Чёрным морями. Европейская (основная) и азиатская части города соединены мостами и тоннелями. Стамбул, где проживают свыше 15 млн. человек, является одним из самых населённых городов мира. Бывшая столица Римской, Восточно-Римской (Византийской), а также Латинской и Османской империй. Столицей Турции Стамбул не является. В 1923 году, после Войны за независимость Турции, новой столицей страны стала Анкара. Стамбул имеет развитую диверсифицированную промышленность. Производятся оливковое масло, табачные изделия, транспортные средства, электроника, сувениры, турецкие сладости, одежда среднего качества, национальные костюмы и многое другое. Хотя в сумме они составляют лишь 26 % от ВВП города, 80 % экспорта приходится именно на них. В Стамбуле и его пригородах размещена значительная часть (свыше 2,2 тыс. предприятий) промышленности страны, в том числе около 1/3 предприятий обрабатывающей промышленности: пищевкусовой (мукомольной, мясомолочной, кондитерской, винно-водочной, табачной), текстильной и швейной, кожевенно-обувной, полиграфической, химической и иных промышленности.... В Стамбуле насчитывается невероятно большое количество гастрономических заведений, предлагающих всевозможные кухни мира. В первую очередь стоит обратить внимание на турецкую кухню, которая считается одной из самых изысканных и богатых в мире. В качестве закусок («мезе») здесь отдается предпочтение маслинам, различным салатам с оливковым маслом, фаршированным томатам, рису в виноградных листьях и многому другому. Самым знаменитым турецким блюдом

является «кебаб». Отдельного упоминания заслуживают знаменитые турецкие сладости и десерты: лукум, пахлава, мармелад, цукаты и т.п. Из напитков в Стамбуле предпочитают черный кофе, чай с молоком и т.д.

См. электронные словари: <https://ru.wikipedia.org/wiki>, <https://gufo.me/dict/bse/>, <https://wikiway.com/turkey/stambul/>.

В возражении также указано на способы приготовления кофе по-турецки и приведены соответствующие источники информации.

Таким образом, словесный элемент «SOUL OF ISTANBUL» порождает смысловое восприятие заявленного обозначения со Стамбулом.

Регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивается в отношении товаров 30 класса МКТУ, представляющих собой кофе. Производство и расфасовка такой продукции из ранее выращенного сырья может осуществляться в любом городе, где развита пищевая промышленность и имеются соответствующие производственные площади.

Следовательно, с учетом вхождения конкретного названия географического объекта (город Стамбул) заявленное обозначение способно ввести потребителя в заблуждение относительно места производства товаров 30 класса МКТУ и местонахождения заявителя, что не соответствует требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса и правомерно указано в заключении по результатам экспертизы. Следовательно, прослеживается явное введение потребителей в заблуждение, поскольку заявитель по указанной заявке находится в Тверской области, Калининском р-не, с/п Бурашевское, а не в Стамбуле.

Довод о том, что заявленное обозначение «SOUL OF ISTANBUL» является одним из вкусов новой линейки кофе «SOUL», производимого заявителем, не подтвержден фактическими доказательствами (объемы, реклама и т.п.).

Как было установлено выше, указанный ложный словесный элемент «SOUL OF ISTANBUL» способствует смысловому восприятию заявленного обозначения со Стамбулом, Турцией. Следовательно, довод о том, что словесный элемент «SOUL OF ISTANBUL» является указанием на качество товара путем раскрытия его вкусовых свойств, не опровергает вывод о введении потребителя в

заблуждение относительно места производства товаров ввиду наличия в обозначении названия определенного географического объекта.

Мнение потребителей (социологические исследования, опросы) о фантазийном восприятии заявленного обозначения и отсутствии указания в нем места производства товара, местонахождение заявителя материалы возражения не содержат.

Следовательно, вывод, указанный в заключении по результатам экспертизы, о несоответствии заявленного обозначения требованиям пункта 3 (1) статьи 1483 Кодекса в отношении заявленных товаров 30 класса МКТУ является правомерным.

Доводы заявителя в части наличия различной судебной практики и о наличии иных товарных знаков (например, « Душа Карелии» по свидетельству № 483516, « ДУША ГРУЗИИ » по свидетельству № 549165 и т.д.) не приводят к иным выводам коллегии, и не способствует преодолению требований, предусмотренных пунктом 3 (1) статьи 1483 Кодекса, в силу вышеизложенных выводов.

Делопроизводство по каждой заявке осуществляется независимо, исходя из совокупности всех обстоятельств дела. Кроме того, представленные ссылки на судебную практику не имеют преюдициального значения для рассмотрения настоящего возражения.

Довод возражения о том, что заявленное обозначение в качестве индивидуализирующих элементов содержит ранее зарегистрированные товарные

знаки заявителя по свидетельствам №№ 900022 (), 956180 (),

913249 (**Poetti**), 913299 () не способствует преодолению вышеуказанных оснований для отказа в регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака ввиду присутствия в заявленном обозначении иных спорных элементов, анализ которых приведен выше. У коллегии нет оснований для применения указанного заявителем принципа защиты законных ожиданий, поскольку в данном случае речь о сравнимых фактических обстоятельствах не

идет, и заявленное обозначение по ряду существенных элементов отличается от вышеуказанных товарных знаков заявителя.

Принимая во внимание все вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 30.10.2023, оставить в силе решение Роспатента от 25.08.2023.