

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
**по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления**

Коллегия в порядке, установленном Гражданским кодексом 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, рассмотрела поступившее 18.01.2021 возражение Общества с ограниченной ответственностью «НОВЭКС», г. Барнаул (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 724034, при этом установила следующее.

Товарный знак по свидетельству № 724034 был зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 19.08.2019 по заявке № 2019728736 с приоритетом от 17.06.2019 в отношении услуг 35 класса МКТУ на имя Публичного акционерного общества «М.видео», Москва (далее – правообладатель).

Согласно материалам заявки в качестве товарного знака по свидетельству № 724034 было зарегистрировано комбинированное обозначение .

В поступившем 18.01.2021 в Федеральную службу по интеллектуальной собственности возражении выражено мнение о том, что оспариваемая регистрация товарного знака была произведена в нарушение требований, установленных пунктом 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к тому, что оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ с

товарными знаками  по свидетельству № 728279 и  по

свидетельству № 722840, охраняемыми на имя лица, подавшего возражение, и имеющими более ранние приоритеты, так как они ассоциируются друг с другом в целом в силу наличия в их составах фонетически тождественных словесных элементов «**NOVEX**».

На основании изложенного в возражении лицо, подавшее возражение, просило признать предоставление правовой охраны оспариваемому товарному знаку недействительным полностью.

Правообладателем, уведомленным в установленном порядке о поступившем возражении, на заседаниях коллегии, состоявшихся 15.04.2021, 13.05.2021 и 07.06.2021, были представлены на него отзыв и дополнения к нему, доводы которых сводятся к тому, что оспариваемый и противопоставленные товарные знаки не являются сходными, так как они различаются цветовыми и шрифтовыми их исполнениями, композиционными решениями и внешними формами изобразительных элементов, количеством слов, слогов, звуков и букв и составами звуков и букв с учетом неоднозначности их восприятия в сравниваемых знаках из-за высокой степени стилизации их графических единиц и допустимости различных ударений в них с учетом наличия иных слов, а также имеют разные смысловые значения, поскольку оспариваемый знак носит фантазийный характер, а в противопоставленных знаках слово «**NOVEX**» происходит от названия компании лица, подавшего возражение, – «**НОВЭКС**», являющегося аббревиатурой от «Новая Экономическая Структура», тем более что в одном из противопоставленных знаков еще имеется и другое слово «**Beauty**», означающее в переводе с английского языка «красота, красавица».

При этом в отзыве правообладателем было отмечено, что он является крупнейшей российской торговой сетью по продаже бытовой техники и электроники, осуществляющей свою деятельность с 1993 года и получившей благодаря длительному и активному присутствию на рынке широкую известность среди потребителей в Российской Федерации, в том числе и в связи с использованием им с 2006 года собственной марки электроники и бытовой техники «**NOVEX**», в ассортимент которой входят аудио- и видеотехника, СВЧ-печи,

пылесосы и фены, индивидуализируемые принадлежащими ему другими товарными знаками «**NOVEX**» по свидетельствам №№ 314337 и 724106, образующими с оспариваемым товарным знаком целую серию знаков, а противопоставленные товарные знаки используются лицом, подавшим возражение, для индивидуализации только лишь его магазинов, занимающихся реализацией совсем иных товаров – хозяйственных товаров, бытовой химии, парфюмерии и косметики, причем на территории лишь 7 регионов Сибирского округа, а не всей Российской Федерации, и лицо, подавшее возражение, вовсе не является производителем продаваемых им товаров и не представило доказательства использования им противопоставленных товарных знаков.

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

В подтверждение своих доводов им были представлены, в частности, копии следующих документов: распечатки сведений из сети Интернет об экономической деятельности правообладателя [1]; распечатки из сети Интернет сведений об индивидуализируемых обозначением «**NOVEX**» товарах, предлагаемых к продаже различными интернет-магазинами на «Яндекс Маркет», в том числе правообладателя, и отзывов потребителей об этих товарах [2]; распечатки сведений с сайта правообладателя об индивидуализируемых обозначением «**NOVEX**» товарах, предлагаемых им к продаже [3]; товарные накладные и счета-фактуры 2019 – 2021 гг. иных лиц о продаже-покупке индивидуализируемых обозначением «**NOVEX**» товаров [4]; распечатки сведений сервиса «Гугл Аналитика» о запросах информации об индивидуализируемых обозначением «**NOVEX**» товарах на сайте правообладателя в 2020 – 2021 гг. [5]; договоры о продвижении в магазинах правообладателя цифровых продуктов ООО «Яндекс» и ООО «СберДевайсы» и распечатки сведений из сети Интернет об индивидуализируемых обозначением «**NOVEX**» телевизорах со встроенной платформой «Яндекс ТВ» [6]; социологический отчет Фонда «ВЦИОМ» по результатам опроса потребителей [7].

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия установила следующее.

С учетом даты приоритета оспариваемого товарного знака (17.06.2019) правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с абзацем 1 и подпунктом 2 пункта 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 сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с пунктом 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 сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно: 1) звуковое сходство

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

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

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей. Признаки, указанные в настоящем пункте, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с пунктом 43 Правил сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков: 1) внешняя форма; 2) наличие или отсутствие симметрии; 3) смысловое значение; 4) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное); 5) сочетание цветов и тонов. 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 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку могут быть поданы заинтересованным лицом.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству № 724034, которому была предоставлена правовая охрана с приоритетом от 17.06.2019 в отношении услуг 35 класса МКТУ, представляет собой комбинированное обозначение **NOVEX**.

В данном обозначении доминирует и, следовательно, несет основную индивидуализирующую нагрузку и подлежит, прежде всего, сравнению с противопоставленными товарными знаками, собственно, выполненный оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита словесный элемент «**NOVEX**», так как он, совершенно очевидно, акцентирует на себе внимание, поскольку оспариваемый товарный знак состоит исключительно из данного слова, одна из букв которого («Е») стилизована под графический элемент в виде изображения полукруга с горизонтальной линией справа, который по своей внешней форме воспроизводит в целом очертания именно этой буквы и в составе данного слова воспринимается исключительно в качестве соответствующей определенной буквы латинского алфавита.

В этой связи довод правообладателя о неоднозначности восприятия шрифтовых единиц оспариваемого товарного знака из-за высокой степени их стилизации представляется совсем неубедительным. Никаких затруднений при прочтении в нем слова «**NOVEX**» не возникает.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 728279 с приоритетом от 26.11.2018 представляет собой комбинированное обозначение



, в котором также доминирует и, следовательно, несет основную индивидуализирующую нагрузку и подлежит, прежде всего, сравнению с оспариваемым товарным знаком, собственно, выполненный оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита словесный элемент «**NOVEX**», так как он акцентирует на себе внимание, занимая центральное положение, и запоминается легче, чем графические элементы в виде весьма простых изображений прямоугольника и небольшой черточки под буквой «**V**», играющие второстепенную роль, служа, соответственно, лишь фоном и декоративным оформлением для указанного доминирующего слова.

При этом данный словесный элемент является транслитерацией буквами латинского алфавита отличительной части («**НОВЭКС**») фирменного наименования лица, подавшего возражение, то есть фонетически воспроизводит ее в его противопоставленном товарном знаке, тем более что при его сравнении именно с оспариваемым товарным знаком со словом «**NOVEX**» соответствующая буква «**V**» с помещенной под ней небольшой черточкой вовсе не будет восприниматься как-либо иначе.

В этой связи довод правообладателя о неоднозначности восприятия шрифтовых единиц противопоставленного товарного знака из-за высокой степени их стилизации представляется также совсем неубедительным. Никаких затруднений при прочтении в нем слова «**NOVEX**» также не возникает.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству № 722840 с приоритетом от 26.11.2018 представляет собой комбинированное обозначение



, в котором также доминирует и, следовательно, несет основную индивидуализирующую нагрузку и подлежит, прежде всего, сравнению с оспариваемым товарным знаком, собственно, выполненный оригинальным шрифтом буквами латинского алфавита словесный элемент «**NOVEX**», так как он акцентирует на себе внимание, занимая центральное положение, и запоминается

легче, чем графический элемент в виде весьма простого изображения прямоугольника, играющего второстепенную роль, служа лишь фоном для указанного доминирующего слова.

При этом данное слово в сочетании со следующим за ним другим словом «**Beauty**» имеет, совершенно очевидно, приоритетное с точки зрения индивидуализирующей роли начальное положение и, в то же время, не образует с ним единого словосочетания, в котором составляющие его слова были бы между собой грамматически и семантически взаимосвязаны, поскольку слово «**NOVEX**» не является лексической единицей английского языка, как слово «**Beauty**». Следовательно, слово «**Beauty**» никак не может придать того или иного дополнительного смысла фантазийному слову «**NOVEX**», отсутствующему в каких-либо словарях, то есть вовсе не обладающему какими-либо смысловыми значениями.

В этой связи доводы правообладателя о разных смысловых значениях и о допустимости различных ударений в одних и тех же фантазийных словах «**NOVEX**» в составах оспариваемого и данного противопоставленного товарного знака представляются, соответственно, совсем неубедительными.

Противопоставленные товарные знаки охраняются на имя лица, подавшего возражение, исключительно в отношении услуг 35 класса МКТУ, и со ссылкой на данные товарные знаки оно и оспаривает предоставление правовой охраны рассматриваемому товарному знаку на имя правообладателя именно в отношении услуг 35 класса МКТУ.

В этой связи следует отметить, что довод правообладателя о том, что ему принадлежит целая серия знаков, которую составляют вместе с оспариваемым товарным знаком еще и другие товарные знаки «**NOVEX**» по свидетельствам №№ 314337 и 724106, которыми индивидуализируются аудио- и видеотехника, СВЧ-печи, пылесосы и фены, является совершенно некорректным, так как оспариваемый товарный знак был зарегистрирован исключительно для услуг 35 класса МКТУ, а другим товарным знакам правообладателя правовая охрана для услуг 35 класса МКТУ не предоставлялась, и для индивидуализации данных услуг

они совсем не предназначены, то есть у правообладателя никак не имеется, собственно, серии знаков в отношении услуг 35 класса МКТУ, и наличие у него исключительных прав на другие товарные знаки, охраняемые для различных товаров, но не для рассматриваемых определенных услуг, соответственно, никак не может повлиять на последующие выводы коллегии.

Сопоставительный анализ оспариваемого и противопоставленных товарных знаков, с учетом изложенных и проанализированных выше обстоятельств, показал, что они ассоциируются друг с другом в целом в силу фонетического тождества доминирующих в их составах фантазийных слов «**NOVEX**».

Сходство сравниваемых знаков усиливается еще и за счет того, что эти слова выполнены буквами одного и того же (латинского) алфавита и имеют, соответственно, полностью совпадающие составы определенных букв латинского алфавита.

При этом некоторые действительно имеющиеся у сравниваемых знаков отличия, а именно по цветовым и шрифтовым их исполнениям, по пространственному положению и внешним формам изобразительных элементов, по количеству слов, слогов, звуков и букв и составам звуков и букв с учетом наличия в одном из двух противопоставленных знаков иного слова, играют лишь второстепенную роль при восприятии этих товарных знаков в целом.

При сравнительном анализе сравниваемых знаков коллегия исходила из того, что решающее значение при их восприятии в целом имеет именно фонетический фактор, на основе которого установлено их сходство ввиду фонетического тождества доминирующих слов «**NOVEX**». Следует отметить, что для констатации сходства обозначений наличие сходства по всем критериям (визуальный, звуковой, смысловой) не обязательно, так как соответствующие признаки учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях (пункты 42 и 43 Правил).

Изложенные выше обстоятельства позволяют сделать вывод о том, что оспариваемый товарный знак и противопоставленные товарные знаки, несмотря на их отдельные отличия, ассоциируются друг с другом в целом и, следовательно, являются сходными.

Все услуги 35 класса МКТУ, в отношении которых была предоставлена правовая охрана оспариваемому товарному знаку, представляют собой различные виды услуг по продвижению, продаже и рекламе товаров, по менеджменту и маркетингу, по прокату оборудования, а также консалтинговых, рекрутинговых, аудиторских, информационных, офисных и иных посреднических бизнес-услуг, которые являются однородными соответствующим услугам 35 класса МКТУ по продвижению, продаже и рекламе товаров, по менеджменту и маркетингу, по прокату оборудования, консалтинговым, рекрутинговым, аудиторским, информационным, офисным и иным посредническим бизнес-услугам, в отношении которых охраняются противопоставленные товарные знаки, так как такие сопоставляемые услуги либо просто совпадают между собой, либо соотносятся друг с другом как вид-род (различные виды услуг соответствующих перечисленных выше общеродовых понятий), либо относятся, как разные виды между собой, к одним и тем же соответствующим определенным названным родовым группам, что по указанным установленным законодательством определенным критериям однородности правообладателем в отзыве никак не оспаривается.

В свою очередь, относительно доводов правообладателя, о том, что им реализуется в его магазинах электроника и бытовая техника, в ассортимент которой входят аудио- и видеотехника, СВЧ-печи, пылесосы и фены, индивидуализируемые принадлежащими ему другими товарными знаками «NOVEX» по свидетельствам №№ 314337 и 724106, в то время как противопоставленные товарные знаки используются лицом, подавшим возражение, для индивидуализации только лишь его магазинов, занимающихся реализацией совсем иных товаров – хозяйственных товаров, бытовой химии, парфюмерии и косметики, причем на территории лишь 7 регионов Сибирского округа, а не всей Российской Федерации, и лицо, подавшее возражение, вовсе не является производителем продаваемых им товаров и не представило доказательства использования им противопоставленных товарных знаков, то следует отметить, что данные доводы правообладателя являются некорректными и никак не могут

опровергнуть вышеизложенные выводы коллегии, так как на предмет наличия однородности сопоставляются между собой исключительно конкретные услуги 35 класса МКТУ, приведенные в перечнях услуг оспариваемой и противопоставленных регистраций товарных знаков, а вовсе не товары, применительно к которым эти услуги гипотетически могли бы оказываться с учетом наличия иных регистраций товарных знаков или реально практически оказываются с учетом представленных документов.

При этом для выводов коллегии о сходстве сравниваемых знаков в целом и об однородности конкретных услуг, для которых им была предоставлена правовая охрана, вовсе не требуются какие-либо доказательства использования лицом, подавшим возражение, охраняемых на его имя противопоставленных товарных знаков, что совсем не является предметом рассмотрения в данном деле по рассматриваемому возражению.

Вместе с тем, необходимо отметить и то, что правообладатель в своем отзыве сам же признал факт использования противопоставленных товарных знаков лицом, подавшим возражение, для индивидуализации магазинов на территории 7 регионов Сибирского округа. Но использование товарных знаков для соответствующих услуг, в свою очередь, на территории всей Российской Федерации и реализация товаров собственного производства никак не являются обязательными.

В то же время, вполне мог бы быть принят коллегией во внимание довод правообладателя о том, что он является крупнейшей российской торговой сетью по продаже бытовой техники и электроники, осуществляющей свою деятельность с 1993 года и получившей благодаря длительному и активному присутствию на рынке широкую известность среди потребителей в Российской Федерации, в том числе согласно представленным им общим сведениям из сети Интернет о его экономической деятельности вообще [1].

Однако правообладателем не были представлены какие-либо документы в подтверждение фактов оказания им упомянутых выше услуг 35 класса МКТУ, для которых была предоставлена правовая охрана оспариваемому товарному знаку, с

использованием соответствующего обозначения для индивидуализации самих этих конкретных услуг, а не тех или иных товаров.

К тому же, представленные им сведения из сети Интернет об индивидуализируемых обозначением «**NOVEX**» товарах, предлагаемых к продаже различными интернет-магазинами на «Яндекс Маркет», в том числе правообладателя, и отзывы потребителей об этих товарах [2] указывают только лишь на то, что соответствующее обозначение использовалось для индивидуализации товаров, но не услуг, причем реализовывались такие товары не только правообладателем, но и иными лицами, а многие из отзывов потребителей именно об этих товарах, а не магазинах, являются весьма даже негативными, не позволяющими говорить о высокой позитивной репутации товарного знака.

На сайте правообладателя обнаруживается информация всего лишь об индивидуализируемых обозначением «**NOVEX**» товарах, предлагаемых им к продаже [3], но оно также никак не позиционируется там в качестве его знака обслуживания.

Товарные накладные и счета-фактуры иных лиц о продаже-покупке индивидуализируемых обозначением «**NOVEX**» товаров [4] не относятся к деятельности самого правообладателя и датированы периодом уже позже даты приоритета оспариваемого товарного знака, то есть они никак не свидетельствуют об оказании правообладателем соответствующих услуг под данным обозначением, тем более до даты приоритета этого товарного знака.

Сведения сервиса «Гугл Аналитика» о запросах информации об индивидуализируемых обозначением «**NOVEX**» товарах на сайте правообладателя [5] касаются периода 2020 – 2021 гг., то есть также позже даты приоритета оспариваемого товарного знака, и эти запросы были обращены исключительно к товарам, маркированным этим обозначением, а не к тем или иным соответствующим услугам правообладателя под таким знаком обслуживания.

Договоры о продвижении в магазинах правообладателя цифровых продуктов ООО «Яндекс» и ООО «СберДевайсы» и распечатки сведений из сети Интернет об индивидуализируемых обозначением «**NOVEX**» телевизорах со встроенной

платформой «Яндекс ТВ» [6] позволяют прийти к выводу только лишь о том, что правообладатель сотрудничает с указанными лицами, предлагая потребителям к продаже, в частности, телевизоры, оснащенные соответствующими цифровыми технологиями и программными обеспечениями. Но данным обозначением индивидуализируются, собственно, сами эти товары, в том числе как результат участия в их производстве иных конкретных лиц, а вовсе не услуги правообладателя неограниченному кругу различных третьих лиц.

Что касается социологического отчета [7], то следует отметить, что он не может быть принят коллегией во внимание, так как его выводы не были подтверждены какими-либо иными фактическими обстоятельствами и/или документами и вызывают существенные сомнения, поскольку вопросы соответствующего опроса потребителей имели явно наводящий на заранее определенный ожидаемый результат характер, прямо указывая респондентам на то, что сравниваемые обозначения предназначаются для использования в совершенно разных сферах рынка (маркировка товаров – оказание услуг) и применительно к совершенно разным родовым группам товаров (телевизоры и другая бытовая техника/электроника – товары для дома и бытовой химии).

Кроме того, в данном социологическом опросе вовсе отсутствовали вопросы о восприятии сравниваемых товарных знаков в отношении определенных услуг 35 класса МКТУ, приведенных в перечнях услуг соответствующих регистраций товарных знаков, например, для услуг магазинов, реально оказываемых как лицом, подавшим возражение, так и правообладателем, и о какой-либо известности потребителям самого оспариваемого товарного знака именно в связи с такими услугами правообладателя.

Изложенные выше обстоятельства обуславливают вывод об отсутствии каких-либо объективных оснований для того, чтобы учитывать при рассмотрении настоящего возражения фактор широкой известности и высокой репутации оспариваемого товарного знака, что совсем не было доказано правообладателем.

В силу вышеизложенных обстоятельств, то есть исключительно в результате сопоставления соответствующих перечней услуг оспариваемой и

противопоставленных регистраций товарных знаков, усматривается принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности вышеуказанных (однородных) услуг 35 класса МКТУ, для индивидуализации которых предназначены сравниваемые (сходные) товарные знаки, одному лицу, оказывающему услуги.

Указанное обстоятельство обуславливает вывод о сходстве сравниваемых товарных знаков до степени смешения в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

Таким образом, оспариваемый товарный знак не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Установленный факт сходства до степени смешения в отношении однородных услуг оспариваемого товарного знака и принадлежащих именно лицу, подавшему возражение, соответствующих противопоставленных товарных знаков с более ранними приоритетами обуславливает вывод о наличии у лица, подавшего возражение, заинтересованности, в соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса, в оспаривании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 724034 по указанному в возражении правовому основанию, предусмотренному, собственно, пунктом 6 статьи 1483 Кодекса.

По результатам рассмотрения возражения было представлено правообладателем особое мнение, поступившее в Роспатент 10.08.2021, доводы которого лишь повторяют доводы, ранее представленные им и проанализированные выше в настоящем заключении по результатам рассмотрения возражения, ввиду чего отсутствует необходимость каких-либо дополнительных пояснений по ним.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 18.01.2021, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 724034 недействительным полностью.**