


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), рассмотрела возражение, поступившее 02.11.2023, поданное ООО "Координирующий распределительный центр "ЭФКО - Каскад", Белгородская обл., г. Алексеевка (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022770029 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке № 2022770029, поданной 03.10.2022, испрашивалось на имя заявителя в отношении товаров 29, 32 классов МКТУ, указанных в перечне.



Согласно материалам заявки заявлено комбинированное обозначение: «  » в цветовом сочетании: «желтый, золотой, зеленый, красный, темно-красный, белый».

Согласно уведомлению от 25.05.2023 г. по форме 401 в материалы заявки № 2022770029 были внесены изменения в отношении перечня товаров 29 класса МКТУ *«жиры животные пищевые; жиры пищевые; масла пищевые; масло оливковое пищевое; масло подсолнечное пищевое»*.

Роспатентом 04.07.2023 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2022770029 в отношении товаров 29 класса МКТУ, указанных в перечне, с указанием словесных элементов "ACEITE DE OLIVA",

"PREMIO CLASE", "Classic-Natural-Quality", "CNQ", "PURE", "DE OLIVA", реалистичного изображения креветок, хлеба, ветви с оливками и листьями, изображения формы бутылки в качестве неохраняемых элементов, как несоответствующих требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Основанием для принятия указанного решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому решение принято с учетом внесения изменений в материалы заявки, дополнительных материалов и письма-ответа заявителя.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности поступило 02.11.2023 возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 04.07.2023.

Доводы возражения, поступившего 02.11.2023, а также последующих дополнений к нему сводятся к следующему:

- заявитель в возражении оспаривает доводы экспертизы о том, что заявленное изображение формы бутылки не обладает различительной способностью;
- заявителем приведены выдержки из законодательства, руководства и судебной практики (например, дела №№ СИП-562/2021, СИП-619/2018, СИП-860/2019, СИП-860/2019, № СИП-333/2020 и т.д.);
- заявленное обозначение обладает изначальной различительной способностью;
- экспертиза должна была выявить аналоговый ряд упаковок конкретного вида товара и соотнести с ним заявленную форму по указанным отличительным признакам;
- экспертиза не доказала, что заявленная форма бутылки является традиционной или безальтернативной для изделий того же назначения;
- заявленная форма бутылки является оригинальной, её отличительные признаки не обусловлены исключительно функциональным назначением. Так, трапециевидная форма корпуса бутылки отличает её от большинства аналогичных упаковок, выполненных в цилиндрических, округлых формах. Фигурные каплевидные углубления на боковых гранях бутылки, горизонтальные насечки на лицевой части бутылки, горизонтальные углубления в нижней части лицевой и обратной стороны бутылки, углубление в виде двух соединённых полос, образующих острый угол, на лицевой части бутылки не связаны с назначением товара;

- ранее аналогичной форме бутылки уже была предоставлена правовая охрана в качестве товарных знаков, а также промышленных образцов. Речь идёт о товарных



знаках по свидетельствам №№ 467384 (), 626482 () и 626376 (), товарном знаке по международной регистрации № 1233351, а также патенте на промышленный образец № 47169 и европейском патенте на промышленный образец № 002387787-0001 от 20.01.2014. Все указанные объекты интеллектуальной собственности



охраняют указанную ниже форму: , которой присущи все признаки, указанные заявителем в качестве отличительных по заявленному обозначению;

- заявленное обозначение является реалистическим изображением формы упаковки, в то время как указанное выше обозначение является её схематическим изображением;

- заявитель указывает на принцип защиты законных ожиданий, исходя из которого, элементы, единожды признанные Роспатентом обладающими различительной способностью, обязаны и далее признаваться Роспатентом в качестве обладающих такой способностью. В данном случае фактические обстоятельства - аналогичные;

- предоставление правовой охраны заявленной бутылке в качестве промышленного образца свидетельствует о неизвестности совокупности его существенных признаков из общедоступных в мире сведений, а само изделие является оригинальным;

- заявленное обозначение приобрело различительную способность в результате его длительного, интенсивного использования до даты подачи заявки. Так, ГК «ЭФКО», в которую входит заявитель, выпускает подсолнечное масло «Аltero», которое представлено в различных офлайн и онлайн магазинах (Лента, Ашан, Магнит, Перекресток, ОЗОН, Пятерочка, Утконос, Сбермегамаркет и т.д.);

- представленные материалы подтверждают и длительность (самые ранние документы датируются 2012 г.), и интенсивность использования. Форма бутылки, в которой выпускается масло, используется с 2012 г., что подтверждается рекламной активностью;

- по результатам социологического опроса было установлено, что абсолютному большинству потребителей (76,1 %) известно подсолнечное масло «Altero» в представленной им бутылке. Абсолютному большинству потребителей (69 %) до момента опроса было знакомо подсолнечное масло «Altero» в представленной им бутылке, при этом половина опрошенных (49 %) покупали данную продукцию;
- согласно опросу более половины опрошенных (58,2 %) считают упаковку растительного масла «Altero» оригинальной, отличной от других упаковок данного продукта. В качестве отличительной черты в первую очередь респонденты называют трапециевидную форму бутылки (79,4 %). Также значимыми отличиями являются наличие выемки в форме угла на лицевой стороне бутылки (40,2 %) и каплевидная выемка на боковой плоскости бутылки (39,9 %);
- в открытом доступе можно найти большое количество публикаций, упоминаний, изображений, отзывов о продукции бренда «Altero»:
<http://www.oilbranch.com/news/view/466.html>, <http://www.oilbranch.com/news/view/15390.html>; https://www.equipnet.ru/news/other/other_9379.html; <https://promo-akcii.ru/akciya-ot-altero-fotokonkurs-ot-tm-altero-v-instagram/>; <https://www.zol.ru/n/1357c>; <https://www.oilworld.ru/analytics/localmarket/268100>;
- растительное масло «Altero» в спорной бутылке широко известно потребителям благодаря участию на всероссийских конкурсах и фестивалях. С 2010 года миксовые подсолнечные масла бренда «Altero» представляются на ежегодном фестивале качества сыров, масла сливочного, майонезов и масложировой продукции;
- в рамках фестиваля качества в период с 2010 по 2016 гг. за высокое качество и безопасность, а также в рамках ежегодного конкурса «100 лучших товаров России» были отмечены соответствующими дипломами кукурузные, подсолнечные и оливковые масла «Altero»;
- на продвижение (рекламу) растительного масла «Altero» с 2010 года было затрачено 246 026 800 рублей;
- у растительного масла «Altero» есть свой сайт <https://altero.ru/>;

- на Интернет-сайтах различных кулинарных журналов встречаются упоминания о растительном масле «Altero» (например, секрет рататуя от шеф-повара Томаса Келлера, в котором масло «Altero Golden» упоминается в качестве ингредиента).

В возражении изложена просьба об изменении решения Роспатента и признании формы заявленного обозначения в качестве охраняемого элемента в отношении заявленных товаров 29 класса МКТУ, указанных в перечне.

В подтверждение своих доводов заявителем представлены следующие документы:

- аналитический отчет по итогам социологического опроса – [1];
- отчет по итогам соцопроса ВЦИОМ – [2];
- отчет по результатам социологического опроса по теме «Оценка формы бутылки Altero» – [3];
- справка об общем объеме продаж растительного масла «Altero» на территории России за период с 2008-2022 гг. – [4];
- итоги VIII Ежегодного фестиваля качества сыров, масла сливочного, майонезов и масложировой продукции – [5];
- итоги IX Ежегодного фестиваля качества сыров, масла, майонезов, масложировой продукции за 2011 г. – [6];
- итоги XIV Ежегодного фестиваля качества масла, сыров и масложировой продукции – [7];
- справка о затратах на продвижение (рекламу) на территории России растительного масла «Altero» за период с 2010 – 2022 гг. – [8];
- анализ посещаемости Интернет-сайта <https://altero.ru/> за период 2018-2022 гг. – [9];
- статья в кулинарном Интернет-журнале «Гастрономъ» – [10];
- отчет по акциям 2012 г. – [11];
- отчет по интернет-кампании 2013 г. на площадках YouTube, онлайн-кинотеатра IVI – [12];
- годовой отчет по рекламной активности ведущих брендов компании ЭФКО за 2013, 2014, 2016 г. (в т.ч. продукции Altero) – [13];

- отчет по рекламным федеральным проектам поддержки продаж брендовой продукции ЭФКО за 2019 г. (в т.ч. продукции Altero) – [14];
- договоры, соглашения, накладные и иная сопроводительная документация – [15].

Заседания коллегии, состоявшиеся 14.12.2023, 31.01.2024, было перенесены по ходатайствам заявителя в связи со сбором дополнительных доказательств приобретения различительной способности формы заявленного обозначения, а также в связи с болезнью основного представителя заявителя. В удовлетворении ходатайств заявителя, поступившего 19.02.2024, а также на заседании коллегии 20.02.2024 о переносе заседания на более поздний срок по мотивам сбора документов и болезни основного представителя, было отказано коллегией. Доводы ходатайств документально не подтверждены, носят голословный характер, при этом ранее по аналогичным основаниям заседание коллегии было перенесено. Представитель Вайланд Д.А. не является единственным представителем заявителя, согласно имеющимся в деле доверенностям, и на заседании коллегии, состоявшемся 20.02.2024, представителем С.С. Клейменовой была озвучена позиция заявителя по данному возражению. Рассмотрение возражение на решение Роспатента о государственной регистрации товарного знака осуществляется в административном порядке (пункт 2 статьи 1248 Кодекса). Дальнейший перенос заседания приведет к затягиванию делопроизводства, осуществляемого в административном порядке.

Изучив материалы дела, выслушав лиц, участвующих в рассмотрении возражения, поступившего 02.11.2023, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (03.10.2022) заявки № 2022770029 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.



Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака обозначение «  » представляет собой комбинированное обозначение в виде бутылки. Регистрация заявленного обозначения испрашивается в отношении товаров 29 класса МКТУ «жиры животные пищевые; жиры пищевые; масла пищевые; масло оливковое пищевое; масло подсолнечное пищевое» в цветовом сочетании: «желтый, золотой, зеленый, красный, темно-красный, белый».

Довод экспертизы о том, что входящие в состав заявленного обозначения элементы "ACEITE DE OLIVA", "PREMIO CLASE", "Classic-Natural-Quality", "CNQ", "PURE", "DE OLIVA", реалистичное изображение креветок, хлеба, ветви с оливками и листьями, являются неохранными, на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку не обладают различительной способностью, заявителем не оспаривается.

Заявитель оспаривает решение Роспатента от 04.07.2023 в части отнесения изображения формы бутылки к неохранным элементам, а также считает, что заявленное обозначение обладает изначальной и приобретенной различительной способностью в отношении заявленных товаров.

Анализ соответствия заявленного обозначения требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса показал следующее.


Согласно приведенному в материалах заявки описанию заявленное обозначение является комбинированным и представляет собой фронтальную часть бутылки с этикеткой. Фронтальная часть бутылки по форме является прямоугольной. В верхней части имеется углубление в форме зеркальной цифры «семь», в нижней части – углубление в форме прямоугольника, крышка – двухцветная. Плечики бутылки изображены маленькими, не имеют удлиненной формы и почти сразу переходят в корпус. Анализ изображения формы бутылки показал, что оно не является оригинальным, не обладает различительной способностью, характеризует тару, либо емкость для хранения и реализации жидких продуктов.


Таким образом, изображение формы бутылки недостаточно оригинально для целей индивидуализации товаров 29 класса МКТУ и не обладает различительной способностью, что не соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Довод о том, что ранее форме бутылки, аналогичной заявленной, уже была предоставлена правовая охрана в качестве товарных знаков, а также промышленных образцов, признан коллегией неубедительным. Заявитель ссылается на товарные знаки

по свидетельствам №№ 467384 () , 626482 () и 626376 () , товарный знак по

международной регистрации № 1233351 () , а также на патент на промышленный

образец № 47169 () и европейский патент на промышленный образец № 002387787-0001 от 20.01.2014. Часть данных объектов интеллектуальной

собственности охраняют указанную форму:  . Указанное изображение бутылки является схематическим, при этом внешний вид бутылки, ее форма отличаются от заявленного обозначения. Кроме того, в составе заявленного обозначения присутствуют крышка, этикетка, которых нет в схематическом изображении бутылки. Таким образом, у коллегии нет оснований считать, что в данном случае речь идет об одинаковых сравнимых фактических обстоятельствах при оценке охраноспособности заявленного обозначения. Довод заявителя о том, что он является правообладателем патентов на вышеуказанные промышленные образцы с охраняемой формой бутылки, не может быть положен в основу выводов коллегии о приобретенной различительной способности заявленного обозначения. Промышленные образцы являются другим объектом интеллектуальной собственности с иным режимом правового регулирования в области предоставления правовой охраны.

Следовательно, коллегия не находит оснований для применения принципа законных ожиданий в отношении заявленного обозначения.

В силу изложенного, изображение формы бутылки не обладает различительной способностью и правомерно указано в качестве неохраняемого элемента в графе (526) заключения по результатам экспертизы. Подобным обозначениям может быть предоставлена правовая охрана только в том случае, если заявитель представит убедительные доказательства того, что заявленное обозначение ассоциируется именно с его товарами/услугами в результате длительного и интенсивного использования для маркировки данных товаров/услуг до даты подачи заявки.

Заявителем представлены документы [1-15], свидетельствующие, по его мнению, о приобретенной различительной способности заявленного обозначения. Анализ коллегией указанных документов показал следующее.

Аналитический отчет 2019 г. [1] касается характера сравнительного восприятия формы бутылки для подсолнечного масла «ALTERO» и формы бутылки для подсолнечного масла «ALMADOR». Соцопрос ВЦИОМ 2019 г. [2] касается мнения респондентов относительно сходства/различия бутылок растительных масел «ALMADOR» и «ALTERO», а также возможности введения в заблуждение относительно их производителей. Социологические исследования [1] и [2] не содержат мнения потребителей о приобретенной различительной способности заявленного обозначения в том виде, как оно было заявлено на регистрацию в качестве товарного знака. Проведение опроса [1] всего в 6 городах (Москва, Санкт-Петербург, Волгоград, Вологда, Самара, Ростов-на-Дону) Российской Федерации также не позволяет определить репрезентативность выборки и оценить мнение опрошенных с учетом более широкого географического охвата иных субъектов Российской Федерации.

Отчет по результатам социологического опроса по теме «Оценка формы бутылки Altero» [3] касается оценки оригинальности формы бутылки масла «ALTERO» с объемом выборки в 500 человек, купивших растительное масло за последние 6 месяцев. По результатам исследования более половины опрошенных (58,2 %) считают представленную форму бутылки оригинальной, отличной от традиционных упаковок растительного масла. В качестве основного отличия от других продуктов называлась именно трапециевидная форма бутылки (79,4 %). Также значимыми

отличиями являются наличие выемки в форме угла на лицевой стороне бутылки (40,2 %) и каплевидная выемка на боковой плоскости бутылки (39,9 %).

Вместе с тем, в опросе [3] представленная упаковка идентифицируется подавляющим большинством опрошенных (74 %) как бутылка растительного масла бренда «ALTERO», а не как средство индивидуализации в целом заявленных товаров заявителя. Известность бренда «ALTERO» большинству участников (84,2 %) на момент проведения исследования не предполагает известность заявленного обозначения в том виде, как оно заявлено на регистрацию в качестве товарного знака. Указание в опросе [3] географии как «Россия» не позволяет определить количество участвующих городов, округов, регионов (субъектов), что является существенным условием для оценки репрезентативности выборки с учетом географического охвата. Анкеты Интернет-опроса [3] не представлены.

Справка [4], итоги фестивалей [5-7], распечатка с сайта altero.ru [9], статья [10] не содержат указания на заявленное обозначение в том виде, как оно заявлено на регистрацию в качестве товарного знака.

Отчет по акциям 2012 г. [11], отчет по интернет-кампании 2013 г. [12], годовой отчет по рекламной активности ведущих брендов компании ЭФКО за 2013, 2014, 2016 г. (в том числе, продукции Altero) [13], отчет по рекламным федеральным проектам поддержки продаж брендовой продукции ЭФКО за 2019 г. (в том числе, продукции Altero) [14] не содержат заявленного обозначения в том виде, как оно заявлено на регистрацию, при этом данные документы никем не заверены и не подтверждены фактическими доказательствами. Кроме того, указание территории проведения акций как «Российская Федерация» является не конкретизированным.

Из презентации [4], итогов фестивалей [5-7] не усматривается, каким образом осуществлялись данные мероприятия, а также какое количество потребителей с ними было знакомо. Из данных документов [4-7] также не представляется возможным оценить, что потребители воспринимали изображение формы бутылки в качестве средства индивидуализации заявленных товаров.

Справка [4] об общем объеме продаж растительного масла «Altero» на территории России за период с 2008-2011 гг., справка о затратах на продвижение

(рекламу) за период с 2010 – 2022 гг. [8] подписаны генеральным директором и не подтверждены фактическими сведениями. Довод справки [4] о том, что география продаж растительного масла «Altero» на территории Российской Федерации охватывает все субъекты, является декларативным.

В справке [4] обозначено, что масло «Altero» поставляется в крупные торговые сети: АО «Тандер», АО «Торговый дом «Перекресток», ООО «Ашан», ООО «Европа», АО «Вкусвилл». Документов о поставках масла в какие-либо иные супермаркеты и магазины Российской Федерации не имеется.

Анализ посещаемости Интернет-сайта <https://altero.ru/> [9] не дает исчерпывающих сведений о том, какое количество потребителей масла были знакомы с заявленным обозначением.

Статья в кулинарном Интернет-журнале «Гастрономъ» [10] касается рецепта по приготовлению блюда, в котором использовалось масло «Altero», и каких-либо дат, документов по использованию не содержит.

Представленные в возражении ссылки на сайты сети Интернет: <http://www.oilbranch.com/news/view/466.html>, <http://www.oilbranch.com/news/view/15390.html>; https://www.equipnet.ru/news/other/other_9379.html; <https://promo-akcii.ru/akciya-ot-altero-fotokonkurs-ot-tm-altero-v-instagram/>; <https://www.zol.ru/n/1357c>; <https://www.oilworld.ru/analytics/localmarket/268100> либо не содержат обозначения в

виде бутылки, либо представлены другие бутылки (например:  и т.п.).

Из документов о поставках растительного масла «Altero» [15] не представляется возможным оценить, что растительное масло поставлялось именно в заявленной бутылке и потребители однозначно идентифицировали ее как средство индивидуализации растительного масла, а не в качестве обычной тары или емкости, в которой товар расфасован и предложен к продаже.

Таким образом, у коллегии нет оснований считать, что изображение формы бутылки - заявленного обозначения, в том виде, как оно заявлено на регистрацию в качестве товарного знака, приобрело различительную способность в результате длительного и интенсивного использования, и заявленное обозначение в целом

воспринимается в качестве средства индивидуализации заявленных товаров 29 класса МКТУ.

Представленные ссылки на судебную практику преюдициального значения для рассмотрения настоящего возражения не имеют. Делопроизводство по каждой заявке осуществляется независимо, исходя из обстоятельств каждого конкретного дела.

Оценка документов по приобретению заявленным обозначением различительной способности не предусматривает анализ аналогового ряда упаковок конкретного вида товара, поскольку он относится к проверке новизны промышленного образца, являющегося иным объектом интеллектуальной собственности.

На основании вышеизложенного, у коллегии есть основания считать, что изображение формы заявленного обозначения в виде бутылки не соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса, что правомерно указано в заключении по результатам экспертизы, и коллегия не находит правовых оснований для отмены решения Роспатента от 04.07.2023.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 02.11.2023, оставить в силе решение Роспатента от 04.07.2023.