

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения **возражения** **заявления**

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (далее – Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30 апреля 2020 №644/261, вступившими в силу с 06.09.2020, рассмотрела поступившее 02.06.2023 возражение, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «Форвард лизинг» (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – решение Роспатента) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2021754358, при этом установила следующее.


Обозначение «**UPGRADE**» по заявке №2021754358 заявлено на регистрацию в качестве товарного знака 26.08.2021 на имя заявителя в отношении товаров и услуг 07, 09, 10, 11, 16, 20, 24, 25, 34, 35, 36, 38, 42 классов Международной классификации товаров и услуг МКТУ (далее - МКТУ), указанных в перечне регистрации.

Роспатентом 03.02.2023 было принято решение об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг по причине его несоответствия требованиям пунктов 1 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы, изложенные в заключении по результатам экспертизы, сводятся к тому, что слово «Upgrade» в силу своего семантического значения («Upgrade» («Апгрейд») - улучшение, модернизация, обновление, см. Англо-русский словарь В.К.Мюллера, изд. 11-е, Санкт-Петербург, «Академический проект», 1996, стр.831),

является неохраняемым на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку указывает на свойства и назначение товаров и услуг, в целом не обладает различительной способностью.

Кроме того, заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарными знаками иных лиц с более ранним приоритетом, а именно:

- с товарным знаком «» [1] (международная регистрация №998520 с приоритетом от 30.04.2009), правовая охрана которому на территории Российской Федерации предоставлена в отношении товаров 24, 25 классов МКТУ на имя компании Textrade International AG, Rigistrasse 188 CH-6340 Baar;

- с товарным знаком «» [2] (свидетельство №677846 с приоритетом от 24.01.2018), зарегистрированным в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ на имя на Общества с ограниченной ответственностью «Апгрейд 1», 191024, Санкт-Петербург, Невский пр., 166, лит.А, п.1-Н.

В связи с изложенным заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного (знака обслуживания) для товаров 24, 25 классов МКТУ и части услуг 35 класса на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом основные доводы возражения сводятся к следующему:

- экспертизой не принято во внимание, что слово «UPGRADE» имеет различные значения и в зависимости от кругозора потребителей может быть воспринято, как минимум, в любом из нижеприведенных значений: 1. (глагол) изменять в соответствии с более высокими или современными требованиями; изменяться в соответствии с более высокими или современными требованиями; пересаживать на более дорогие места, переселять в более комфортабельный номер; получать разрешение занять место более высокого класса, переселиться в более комфортабельный номер; - повышать в должности, продвигать по службе; придавать более высокий статус; совершенствовать (навык); делать апгрейд, модернизацию; переходить на обновленную, усовершенствованную версию;

улучшать породу скота; 2. (существительное) подъём, рост; улучшение, модернизация, переоборудование, обновление, совершенствование; повышение (категории, класса, сортности); повышение (в звании); модернизация, апгрейд (аппаратных средств, ПО); обновлённая версия; крутой склон; 3. (наречие) в гору, вверх, наверх;


- например, словесный элемент «UPGRADE» может быть признан описательным в отношении таких услуг как «модернизация программного обеспечения, бюро по найму, комплектование штата сотрудников» или, например, в отношении товаров типа «протезы глазные, очки», однако в отношении иных позиций, не связанных с реконструкцией, модернизацией и карьерным ростом, данное обозначение не будет выглядеть описательным в глазах потребителей, а воспринимается как фантазийное обозначение, например, отношении таких позиций как «аренда финансовая, предоставление ссуд» или, допустим товаров типа «табуреты, садки для рыбы, бумага» и пр.;


- заявленное обозначение в отношении для части позиций обладает различительной способностью, не является описательным и, соответственно, его регистрация в качестве товарного знака не противоречит пункту 1 статьи 1483 Кодекса, что подтверждается наличием следующих регистраций товарных знаков:


«**Upgrade**» (1) по свидетельству №684995 для услуг 37 класса МКТУ;


«UPGRADE» (2) по свидетельству №680644 для услуг 41 класса МКТУ;


«**UPGRADE**» (3) по свидетельству №442755 для товаров 30, 31 классов МКТУ;

«» (4) по свидетельству №796585 для услуг 41 класса МКТУ;

«» (5) по свидетельству №930369 для товаров и услуг 03, 35 классов

МКТУ; «» (6) о свидетельству №815700 для товаров 05, 29 классов МКТУ;

«» (7) по свидетельству №762439 для товаров и услуг 03, 35, 44

классов МКТУ; «  upgrade.today » (8) по свидетельству №736862 для услуг 35, 42 классов МКТУ; « **UPGRADE** » (9) по свидетельству №269797 для товаров 16 класса МКТУ;

- заявленное обозначение не является сходным до степени смешения с противопоставленными экспертизой товарными знаками [1], [2] в силу их того, что они производят разное зрительное впечатление, могут иметь разный смысл в зависимости от контекста, а, кроме того, не все товары и услуги сопоставляемых обозначений являются однородными;

- заявитель предоставляет финансовый сервис с 2018 года, является известной компанией в области лизинга, что подтверждается различными наградами, например, занял 1 место – «Лизинговая компания года в розничном сегменте» / Национальная премия «Лизинговая сделка года 2020» от Федерации лизинга России, 2 место - в России по объему продаж частным клиентам и числу заключенных сделок в 2021 году / Рейтинговое агентство «Эксперт РА», 3 место – по объему продаж частным клиентам в 2020 году / Рейтинговое агентство «Эксперт РА».

В силу изложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать заявленное обозначение по заявке №2021754358 в качестве товарного знака в отношении допустимых товаров и услуг.

Доводы возражения иллюстрируются следующими документами:

- словарно-справочные источники информации;
- распечатки из интернет-источников www.raexpert.ru и Дзен;
- распечатка статьи о победителях Национальной премии.

Изучив материалы дела и заслушав представителя заявителя, коллегия сочла приведенные в возражении доводы убедительными только в части.

С учетом даты (26.08.2021) поступления заявки №2021754358 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака включает в себя упомянутый выше 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 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с требованиями пункта 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.

Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Вместе с тем согласно пункту 1.1 статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 настоящей статьи 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 настоящей статьи и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно положениям пункта 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.

Как следует из положений пункта 35 Правил, для доказательства приобретения обозначением различительной способности, предусмотренной подпунктом 1 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, 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 различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается

вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения 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 требованиями подпункта 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 тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

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

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

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположения 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 обозначение понятий, идей (в частности, совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в пункте 42 Правил, 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).

Поданное на регистрацию в качестве товарного знака для широкого перечня товаров и услуг 07, 09, 10, 11, 16, 20, 24, 25, 34, 35, 36, 38, 42 классов МКТУ обозначение «**UPGRADE**» по заявке №2021754358 с приоритетом от 26.08.2021

является словесным, выполнено стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита.

Анализ заявленного обозначения показал, что входящий в его состав единственный словесный элемент «UPGRADE» представляет собой лексическую единицу английского языка и согласно общедоступным словарно-справочным данным¹ имеет следующие значения:

в качестве глагола: изменять в соответствии с более высокими или современными требованиями; пересаживать на более дорогие места, переселять в более комфортабельный номер, получать разрешение занять место более высокого класса, переселиться в более комфортабельный номер; повышать в должности, продвигать по службе, придавать более высокий статус; совершенствовать (навык); делать апгрейд, модернизацию (аппаратных средств, программного обеспечения), переходить на обновлённую, усовершенствованную версию (аппаратных средств, программного обеспечения); улучшать породу скота;

в качестве существительного: подъём, рост; улучшение, модернизация, переоборудование, обновление, совершенствование; повышение (категории, класса, сортности); повышение (в звании); модернизация, апгрейд (аппаратных средств, программного обеспечения); обновлённая версия.

Исходя из указанных сведений, можно говорить о том, что под словом «UPGRADE» в наиболее распространённом значении подразумевается «модернизация».

Обратившись к толкованию слова «модернизация²» коллегия установила, что под данным процессом понимается усовершенствование, улучшение, обновление объекта, приведение его в соответствие с новыми требованиями и нормами, техническими условиями, показателями качества, при этом, как отмечается в словарно-справочных источниках, модернизируются в основном машины, оборудование, технологические процессы.

¹ <https://www.lingvolive.com/ru-ru/translate/en-ru/upgrade>; <https://translate.academic.ru/upgrade/en/ru/>.

² Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.. Современный экономический словарь. — 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М. 479 с.. 1999, https://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/9238; Словарь бизнес-терминов. Академик.ру. 2001, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/business/7915>.

Так, под машиной³ понимается устройство, выполняющее механические движения с целью преобразования энергии, материалов или информации. Различают машины: энергетические, преобразующие любой вид энергии в механическую и наоборот; рабочие, в том числе технологические, преобразующие форму, свойства, положение материала (обрабатываемого предмета), и транспортные, преобразующие положение материала (перемещаемого предмета); информационные (шифровальные машины, арифмометры, механические интеграторы и др.), ЭВМ, в которых механические движения служат для выполнения лишь вспомогательных операций. ЭВМ, строго говоря, не являются машинами; название сохранилось за ними в порядке преемственности от простых счетных машин.

Оборудование⁴ - совокупность механизмов, машин, устройств, приборов, необходимых для работы.

Технологический процесс⁵ - это часть производственного процесса, содержащая целенаправленные действия по изменению и (или) определению состояния предмета труда. К предметам труда относят заготовки и изделия.

Учитывая вышеизложенные определения, коллегия пришла к выводу, что словесное обозначение «UPGRADE» в значении «модернизация, модернизировать» в отношении заявленных товаров и услуг, представляющих собой различные устройства, оборудование и инструменты, а также услуги, связанные с осуществлением технологических процессов, является описательным, поскольку указывает на их свойства, вызывая представления о том, что тот или иной товар (вид деятельности), является продуктом модернизации, т.е. улучшенной версией предыдущего продукта.

К таким товарам и услугам относятся все заявленные товары 07 класса МКТУ (представляющие собой машины, станки и двигатели), все товары 09 класса МКТУ класса МКТУ (представляющие собой аппараты и инструменты научные или исследовательские, оборудование для аудиовизуальных и информационных

³ Большой Энциклопедический словарь. 2000, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/192626>.

⁴ Толковый словарь Ожегова. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949-1992, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/132782>.

⁵ ГОСТ ГОСТ 3.1109-82. Межгосударственный стандарт. Единая система технологической документации. Термины и определения основных понятий.

технологий, а также оборудование для спасения и защиты), все товары 10 класса МКТУ (представляющие собой приборы медицинские, инструменты и изделия хирургические, медицинские, стоматологические и ветеринарные для диагностики лечения или улучшения функций или состояния здоровья людей и животных), все товары 11 класса МКТУ (представляющие собой устройства и установки для контроля за состоянием окружающей среды, в частности, для освещения, приготовления пищи, охлаждения и санитарной обработки), часть товаров 16 класса МКТУ (представляют собой конторское оборудование: *«измельчители для бумаг для офисных целей; импринтеры неэлектрические; машины адресные; машины для точки карандашей электрические или неэлектрические; машины и устройства переплетные [офисное оборудование]; машины пишущие электрические или неэлектрические; машины франкировальные офисные; принадлежности конторские, за исключением мебели; точилки для карандашей электрические»*), часть товаров 34 класса МКТУ (представляющие собой электронные устройства для курения, а именно *«электронные сигареты и вейперы для курения; сигареты электронные»*), все услуги 38 класса МКТУ (представляющие собой телекоммуникационные⁶ услуги, т.е. комплекс технических средств, предназначенных для передачи информации на расстояние), все услуги 42 класса МКТУ (представляющие собой услуги научно-исследовательских институтов и лабораторий, инженерные услуги, компьютерное программирование, услуги в области архитектуры и дизайна).

Кроме того, следует указать, что слово «UPGRADE» используется в значении «повышать в должности, продвигать по службе», т.е. используется для описания деятельности, связанной с кадровыми агентствами, к которой относятся заявленные услуги 35 класса МКТУ *«менеджмент в сфере бизнеса; деятельность административная в сфере бизнеса; бюро по найму; комплектование штата сотрудников; консультации по управлению персоналом; написание резюме для третьих лиц; тестирование психологическое при подборе персонала; управление деятельностью внештатных сотрудников»*.

⁶ Научно-технический энциклопедический словарь, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ntes/4711/ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ?ysclid=lltrcmgpj5722825255>.

Следует отметить, что заявителем представлена информация о том, что он осуществляет деятельность в области лизинга⁷ (формы кредитования без передачи права собственности на товар арендатору). В отношении же вышеупомянутых товаров и услуг, каких-либо сведений о наличии деятельности заявителя не представлено, следовательно, нет оснований говорить о наличии приобретенной различительной способности.

Что касается примеров товарных знаков (1) – (9) с охраняемым словесным элементом «UPGRADE», упомянутых в возражении, то вопреки доводам заявителя они не могут служить доказательством наличия у заявленного обозначения различительной способности в силу того, что эти товарные знаки зарегистрированы в отношении иных товаров и услуг, кроме того, помимо слова «UPGRADE» в части приведенных товарных знаков присутствуют и иные словесные элементы, которые влияют на восприятие всего обозначения в целом, исключают вывод о его восприятии в качестве описательного.

Между тем, согласно пункту 1 статьи 1483 Кодекса описательные обозначения являются неохраноспособными и не подлежат регистрации в качестве товарных знаков, поскольку существует необходимость свободного использования подобных обозначений в гражданском обороте для широкого круга лиц.

Таким образом, все вышеизложенные обстоятельства приводят к выводу о том, что спорное обозначение, состоящее из единственного словесного элемента «UPGRADE», не обладает различительной способностью в соответствии с положениями пункта 1 статьи 1483 Кодекса для вышеприведенного перечня товаров и услуг 07, 09, 10, 11, 16 (в части), 34 (в части), 35 (в части), 42 классов МКТУ, а, следовательно, не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака.

Вместе с тем, необходимо указать, что основанием для отказа в регистрации товарного знака по заявке №2021754358 послужил приведенный в заключении по результатам экспертизы довод о наличии сходства до степени смешения между

заявленным обозначением «**UPGRADE**» и товарными знаками «»

⁷ Финансовый словарь, https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/14918.

[1] по международной регистрации №998520 с приоритетом от 30.04.2009,



«UPGRADE» [2] по свидетельству №677846 с приоритетом от 24.01.2018, принадлежащими иным лицам.



Противопоставленный знак «UPGRADE» [1] по международной регистрации №998520 является комбинированным, включает в свой состав словесный элемент «UPGRADE», выполненный в оригинальной графической манере.



Противопоставленный товарный знак «UPGRADE» [2] по свидетельству №677846 представляет собой комбинированное обозначение, словесная часть которого представляет собой слово «UPGRADE».

Необходимо отметить, что при сопоставительном анализе заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака коллегия руководствуется сложившейся правоприменительной судебной практикой относительно вопроса сходства товарных знаков и однородности товаров, сформулированной в пункте 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», согласно которой для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров. При этом смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак.

Вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности

товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения. При установлении сходства учитывается, в отношении каких элементов имеется сходство – сильных или слабых элементов товарного знака и обозначения.

Сходство лишь неохранных элементов во внимание не принимается.

Так, сходство заявленного обозначения и противопоставленных товарных знаков [1], [2] обусловлено фонетическим и семантическим тождеством входящих в их состав словесных элементов «UPGRADE», которые являются либо единственными, либо основными индивидуализирующими элементами сравниваемых обозначений, акцентируют на себе внимание потребителя в первую очередь.

Коллегия приняла к сведению доводы заявителя о разном общем зрительном восприятии заявленного обозначения и противопоставлений [1], [2], вместе с тем, как известно, основную индивидуализирующую функцию в комбинированных обозначениях выполняют словесные элементы, которые могут быть восприняты не только визуально, но и на слух (например, посредством звуковой рекламы), вследствие чего легче запоминаются потребителем. Такими элементами, как указано выше, в сравниваемых обозначениях являются словесные элементы «UPGRADE».

Более того, сходство сравниваемых обозначений усиливается благодаря их исполнению буквами одного алфавита – латинского.

Между тем на вероятность смешения сходных обозначений в гражданском обороте оказывает влияние однородность товаров и услуг, для маркировки которых они предназначены.

Сопоставив перечень товаров и услуг заявленного обозначения с перечнем товаров и услуг противопоставленных товарных знаков [1], [2] коллегия пришла к следующему выводу.

Так, регистрация заявленного обозначения испрашивается для широкого перечня товаров и услуг 24, 25, 35 классов МКТУ, а именно:

24 класс МКТУ – *«текстиль и его заменители; белье для бытового использования; шторы из текстильного и пластического материалов; байка*

[ткань]; баннеры текстильные или пластиковые; бархат; белье для домашнего хозяйства; белье из узорчатого полотна; белье купальное [за исключением одежды]; белье постельное; белье столовое, за исключением бумажного; бортики-бамперы для детских кроватей [постельное белье]; бортовка; бумазея; вкладыши для спальняных мешков; войлок; вымпелы текстильные или пластиковые; газ [ткань]; дамаст [ткани камчатные]; джерси [ткань]; дорожки для столов не из бумаги; дрогет [ткань с рисунком]; занавеси для душа текстильные или пластмассовые; занавеси текстильные или пластмассовые; занавеси тюлевые; зефир [ткань]; канва для вышивания или ткачества; кисея; конверты для новорожденных; креп [ткань]; крепон; марабу [ткань]; материалы для обивки мебели текстильные; материалы для текстильных изделий; материалы для фильтрования текстильные; материалы драпировочные для стен текстильные; материалы нетканые текстильные; материалы пластмассовые [заменители тканей]; материалы текстильные; маты на стол текстильные; мешки бивуачные, являющиеся защитными чехлами для спальняных мешков; мешки спальняные; мешки спальняные для новорожденных; молескин [ткань]; муслин [ткань]; наволочки; наматрасники; одеяла; одеяла для домашних животных; парча; пеленки тканевые для младенцев; платки носовые из текстильных материалов; пледы для пикника; пледы дорожные; поддонники текстильные; подзоры для кроватей; подкладка [ткань]; подкладка для шляп текстильная; подхваты для занавесей текстильные; покрывала постельные; покрывала постельные бумажные; покрытия для мебели пластмассовые; полотенца для лица текстильные; полотенца текстильные; полотно; полотно из пенькового волокна; полотно прорезиненное, за исключением используемого для канцелярских целей; полотно текстильное для печатных машин; портьеры [занавеси]; простыни; пуховики [одеяла пуховые]; рукавицы для мытья тела; саваны; салфетки для протирания стеклянной посуды [полотенца]; салфетки для снятия грима текстильные; салфетки под приборы текстильные; салфетки столовые текстильные; сетки противомоскитные; ситец; скатерти клеенчатые; скатерти, за исключением бумажных; сукно бильярдное; тафта [ткань]; тик [полотно матрацное]; тик [ткань льняная]; ткани; ткани бельевые; ткани

газонепроницаемые для аэростатов; ткани джутовые; ткани для обуви; ткани из волокна рами; ткани из дрока; ткани из искусственного шелка; ткани из стекловолокна текстильные; ткани клейкие, приклеиваемые при высокой температуре; ткани льняные; ткани обивочные для мебели; ткани пеньковые; ткани подкладочные для обуви; ткани с узорами для вышивания; ткани синельные; ткани ситцевые набивные; ткани трикотажные; ткани хлопчатобумажные; ткани шелковые для типографских шаблонов; ткани шерстяные; ткани эластичные; ткани, имитирующие шкуры животных; ткань волосяная [мешковина]; ткань хлопчатобумажная для обертки сыров; тюль; флаги текстильные или пластиковые; фланель; холст [ткань]; чехлы для диванных подушек; чехлы для крышек туалетов тканевые; чехлы для мебели; чехлы для подушек; шевиот [ткань]; шелк [ткань]; этикетки из текстильных материалов»;

25 класс МКТУ – «одежда, обувь, головные уборы; апостольники; банданы [платки]; белье нижнее; белье нижнее, абсорбирующее пот; береты; блузы; боа [горжетки]; боди [женское белье]; боксеры [шорты]; ботильоны; ботинки лыжные; ботинки спортивные; бриджи; брюки; бутсы; бюстгальтеры; бюстгальтеры самоклеящиеся; валенки [сапоги фетровые]; варежки; воротники [одежда]; воротники съемные; вставки для рубашек; вуали [одежда]; габардины [одежда]; галоши; галстуки; галстуки-банты с широкими концами; гамаши; гамаши короткие; гетры [теплые носочно-чулочные изделия]; голенища сапог; грации; джерси [одежда]; жилеты; изделия спортивные трикотажные; изделия трикотажные; каблуки; каблуки для обуви; капюшоны [одежда]; каркасы для шляп [остовы]; карманы для одежды; кашне; кепки [головные уборы]; кимоно; козырьки для фуражек; козырьки, являющиеся головными уборами; колготки; комбинации [белье нижнее]; комбинезоны [одежда]; комбинезоны для водных лыж; корсажи [женское белье]; корсеты [белье нижнее]; костюмы; костюмы купальные; костюмы маскарадные; костюмы пляжные; косынки; купальники гимнастические; куртки [одежда]; куртки из шерстяной материи [одежда]; куртки рыбацкие; легинсы [штаны]; ливреи; лифы; майки спортивные; манжеты; манишки; мантильи; манто; маски для сна; меха [одежда]; митенки; митры [церковный

головной убор]; муфты [одежда]; муфты для ног неэлектрические; нагрудники детские, за исключением бумажных; нагрудники с рукавами, за исключением бумажных; накидки меховые; накидки парикмахерские; насадки защитные на каблуки; наушники [одежда]; носки; носки, абсорбирующие пот; обувь; обувь гимнастическая; обувь пляжная; обувь спортивная; одежда; одежда бумажная; одежда верхняя; одежда вышитая; одежда готовая; одежда для автомобилистов; одежда для велосипедистов; одежда для гимнастов; одежда из искусственной кожи; одежда из латекса; одежда кожаная; одежда непромокаемая; одежда светодиодная; одежда форменная; одежда, содержащая вещества для похудения; окантовка металлическая для обуви; орари [церковная одежда]; пальто; панталоны [нижнее белье]; парки; пелерины; перчатки [одежда]; перчатки без пальцев; перчатки для лыжников; пижамы; плавки; пластроны; платки головные; платки шейные; платочки для нагрудных карманов; платья; повязки для головы [одежда]; подвязки; подвязки для носков; подвязки для чулок; подкладки готовые [элементы одежды]; подмышники; подошвы для обуви; подтяжки; полуботинки; полуботинки на шнурках; пончо; пояса [белье нижнее]; пояса [одежда]; пояса церемониальные; пояса-кошельки [одежда]; пояса-шарфы; приданое для новорожденного [одежда]; приспособления, препятствующие скольжению обуви; пуловеры; пятки для чулок двойные; ранты для обуви; ризы [церковное облачение]; рубашки; сабо [обувь]; сандалии; сандалии банные; сапоги; сарафаны; сари; саронги; свитера; союзки для обуви; стельки; стихари; тапочки банные; тоги; трикотаж [одежда]; трусы; туфли; туфли комнатные; тюбетейки; тюрбаны; уборы головные; фартуки [одежда]; форма для дзюдо; форма для карате; футболки; футболки компрессионные [рашгарды]; халаты; халаты купальные; цилиндры; части обуви носочные; чулки; чулки, абсорбирующие пот; шали; шапки бумажные [одежда]; шапочки для душа; шапочки купальные; шарфы; шарфы-трубы; шипы для бутс; шляпы; штанишки детские [белье нижнее]; штрипки; шубы; эспадрилли; юбки; юбки нижние; юбки-шорты»;

35 класс МКТУ – «менеджмент в сфере бизнеса; деятельность административная в сфере бизнеса; служба офисная; торговля; абонирование

телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; бюро по найму; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; комплектование штата сотрудников; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в

управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; прокат фотокопировального оборудования; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях;

систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPC; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги манекенистов для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; экспертиза деловая; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность Интернет-магазинов по продаже товаров».

В свою очередь правовая охрана на территории Российской Федерации знаку [1] предоставлена в отношении товаров 24 класса МКТУ *«fabrics and textile goods, not included in other classes, including fabric substitutes made of plastic and fabrics for shoes, bondings; textile products and bonded fabrics, especially laminations; textile products and treated fabrics; textile products and finished fabrics; bed and table covers»* / *«ткани и текстильные изделия, не включенные в другие классы, включая заменители тканей из пластика и ткани для обуви, скрепляющие материалы; текстильные изделия и скрепленные ткани, особенно ламинированные; текстильные изделия и обработанные ткани; текстильные изделия и готовые ткани; покрывала для кроватей и столов»* и товаров 25 класса МКТУ *«clothing, footwear, headgear»* / *«одежда, обувь, головные уборы»*.

Товарный знак [2] зарегистрирован, в частности, в отношении услуг 35 класса МКТУ *«агентства по импорту-экспорту; демонстрация товаров; посредничество коммерческое [обслуживание]; презентация товаров на всех медиасредствах, с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; реклама; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги по розничной, оптовой продаже товаров; услуги интернет-магазинов по розничной и оптовой продаже товаров»*.

Сопоставляемые товары 24, 25 классов МКТУ заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака [1] относятся к одним и тем же категориям продукции – текстильные изделия, одежда, что обуславливает одинаковое назначение товаров и круг потребителей, а, следовательно, можно говорить об их однородности.

Услуги 35 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [2] относятся к сфере продвижения товаров, а также к услугам в области бизнеса.

Под продвижением товаров следует понимать совокупность мер, усилий, действий, предпринимаемых в целях повышения спроса на товары, увеличение их сбыта, расширения рыночного поля товаров.

К вышеуказанному роду услуг можно отнести услуги рекламы, торговли, маркетинга, а также информационные услуги в сфере бизнеса, приведенные в перечне 35 класса МКТУ заявленного обозначения, поскольку деловая информация – это сведения о финансовой стороне деятельности предприятия, планы деятельности и развития предприятия, то есть широкий спектр информации, так или иначе связанной с ведением бизнеса, в частности, представляемой производителям товаров и услуг в целях эффективной организации их коммерческой деятельности, а также потребителям товаров и услуг, в целях оптимального выбора производителей товаров и услуг для вложения средств, а, следовательно, продвижение товаров и создание их широкой известности являются назначением услуг, связанных с предоставлением деловой информации. Размещение информации о товарах также имеет своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования и может рассматриваться как реклама этого товара.

Маркетинговые исследования, услуги по изучению рынка и т.п. услуги представляют собой анализ данных, позволяющих получить информацию, необходимую для успешной разработки, производства и доведения до покупателя товаров и услуг, предоставляющих для него ценность.

Целью маркетинговых исследований является помощь предприятию по определению возможности массового производства товаров или услуг, по установлению иерархии характеристик товаров или услуг, способных обеспечить успех на рынке, по проведению анализа типологий и мотиваций имеющейся потенциальной клиентуры, по определению цены и оптимальных условий продажи товаров и услуг.

Посредническая деятельность реализуется по договорам поручения, комиссии, агентским. Целью таких услуг является выполнение определенных действий по поручению и за счет другой стороны. Чаще всего поручение касается купли-продажи товаров, что позволяет отнести посредническую деятельность также и к деятельности по продвижению товаров третьих лиц.

Под услугами в области бизнеса⁸ понимаются услуги в сфере организации коммерческого предприятия, включающие в себя подбор кадров, составление бизнес-планов, оформление документации и др.

Таким образом, услуги 35 класса МКТУ заявленного обозначения *«торговля; агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; аренда площадей для размещения рекламы; аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение автоматизированных баз данных; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание резюме для третьих лиц; написание текстов рекламных сценариев; обзоры печати; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; помощь*

⁸ <https://kartaslov.ru/значение-слова/бизнес-услуги>.

административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных

базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы административные по медицинским направлениям; службы консультативные по управлению бизнесом; службы корпоративных коммуникаций; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; телемаркетинг; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом временное; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги PPC; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; экспертиза деловая; услуги магазинов по розничной, оптовой продаже товаров; деятельность Интернет-магазинов по продаже товаров» также могут быть отнесены к общему понятию «продвижение товаров», а также к «бизнес-услугам», следовательно, их следует признать однородными услугам 35 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [2], которые также относятся к этим сферам деятельности.

В силу приведенных обстоятельств коллегия пришла к выводу, что наличие высокой степени сходства между заявленным обозначением и противопоставленными товарным знаками [1], [2], а также однородность товаров (услуг) обуславливает возможность их смешения в гражданском обороте в глазах потребителя согласно требованиям подпункта 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса в отношении всех заявленных товаров 24, 25 классов МКТУ, а также части услуг 35 класса МКТУ, приведенных выше.

Таким образом, резюмируя все вышеизложенные обстоятельства дела в совокупности, усматривается наличие оснований для вывода о несоответствии заявленного обозначения только требованиям пунктов 1 и 6 статьи 1483 Кодекса в силу наличия в его составе словесного обозначения «UPGRADE», которое, с одной стороны, для части заявленного перечня товаров и услуг является неохраноспособным, с другой стороны, - способно вызвать смешение с товарными знаками иных лиц.

В то же время, для части заявленных товаров 16 класса МКТУ (представляющих собой бумажно-картонные изделия, печатную продукцию, а также инструменты художественные и конторские, за исключением оборудования), 20 класса МКТУ (представляющие собой мебель, ее части и изделия из дерева, пробки, камыша, тростника, ивы, рога, кости, китового уса, раковин, янтаря, перламутра, морской пенки и заменителей этих материалов или пластмасс), части товаров 34 класса МКТУ (представляющие собой табак и курительные принадлежности, за исключением электронных устройств в виде электронных сигарет и вапорайзеров для курения), части услуг 35 класса МКТУ (*«служба офисная; аренда офисного оборудования в коворкинге; запись сообщений [канцелярия]; обзоры печати; обработка текста; прокат фотокопировального оборудования; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги секретарей; услуги стенографистов; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования»*), 36 класса МКТУ (представляющих собой финансовую деятельность, а также услуги в области операций с недвижимостью)

препятствий для регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака не усматривается.

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

удовлетворить возражение, поступившее 02.06.2023, отменить решение Роспатента от 03.02.2023 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2021754358.