

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, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 06.09.2025 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 910537, поданное Акционерным обществом «ТБанк», Москва (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установила следующее.



Регистрация оспариваемого товарного знака «» с приоритетом от 17.09.2020 по заявке № 2020751226 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 09.12.2022 за № 910537. Товарный знак зарегистрирован на имя Копыловой Алсу Хамисовны, Москва (далее – правообладатель), в отношении товаров и услуг 03, 14, 25, 28, 29, 30, 32, 36, 43, 44, 45 классов МКТУ, перечисленных в перечне свидетельства.

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 06.09.2025, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 910537 произведена в нарушение требований, установленных пунктом 3 (1) статьи 1483 Кодекса. Доводы возражения сводятся к следующему:

- лицо, подавшее возражение, является заявителем на регистрацию товарных знаков по заявкам №№2024777841, 2024777845, 2024747955, 2024747859, которым в отношении услуг 36 класса МКТУ был противопоставлен оспариваемый товарный знак по свидетельству № 910537, вследствие чего в регистрации указанных обозначений по 36 классу МКТУ было отказано;

- указанные обстоятельства свидетельствуют о наличии у лица, подавшего возражение, законного интереса в прекращении правовой охраны товарного знака по свидетельству № 910537 в отношении услуг 36 класса МКТУ, что обуславливает его заинтересованность в подаче возражения;

- товарный знак по свидетельству № 910537 способен ввести потребителей в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги;

- лицо, подавшее возражение, осуществляло деятельность, охватываемую 36 классом МКТУ, в течение длительного периода до даты приоритета оспариваемого товарного знака, что подтверждается обширным массивом публикаций в средствах массовой информации (СМИ);

- начиная с октября 2018 года АО «ТБанк» публично анонсировало и осуществляло запуск банковского продукта «Tinkoff Junior» – мобильного приложения и дебетовой карты для детей и подростков, предусматривающего открытие расчетного счета, привязку дебетовой карты, совершение платежей, переводов и управление личными финансами несовершеннолетних, что подтверждается статьями, опубликованными 19.10.2018 на ресурсах tbank.ru, credit-card.ru, rb.ru, vedomosti.ru, banki.ru, sostav.ru, iz.ru;

- публикация от 19.10.2018 на ресурсе rb.ru подтверждает, что пользователи банковского продукта «Tinkoff Junior» получили возможность открыть накопительный счет и переводить на него денежные средства, в том числе с карт сторонних банков, что свидетельствует об осуществлении лицом, подавшим возражение, банковской деятельности в отношении несовершеннолетних клиентов до даты приоритета оспариваемого товарного знака;

- факт осуществления деятельности в сфере детского банкинга под обозначением «Tinkoff Junior» до даты приоритета оспариваемого товарного знака

подтверждается также статьей от 19.10.2018, опубликованной на ресурсе vedomosti.ru, в которой описана программа лояльности продукта, предусматривающая начисление баллов за покупки;

- публикации от 20-21 октября 2018 года на ресурсе iz.ru подтверждают, что продукт «Tinkoff Junior» позволял детям и подросткам осуществлять оплату различных услуг (школьного питания, игр, мобильной связи), устанавливать лимиты на расходы и управлять настройками приложения, что свидетельствует о комплексном характере оказываемых финансовых услуг;

- по состоянию на 30.10.2018 стало доступно мобильное приложение «Tinkoff Junior», что подтверждается публикацией на ресурсе creditpower.ru от указанной даты;

- согласно публикации от 26.11.2018 на ресурсе arb.ru, в первый месяц работы приложение «Tinkoff Junior» привлекло свыше 10000 новых клиентов, что свидетельствует о значительном масштабе использования обозначения лицом, подавшим возражение, до даты приоритета оспариваемого товарного знака;

- публикации 2019 года (vc.ru от 15.01.2019, mel.fm от 22.01.2019, credit67.ru от 30.01.2019, lifehacker.ru от 31.01.2019, sравни.ru от 07.03.2019) подтверждают продолжение и расширение использования обозначения «Tinkoff Junior» в рамках оказания финансовых услуг населению, включая выпуск банковских карт для детей от 6 до 14 лет, привязку карты к смартфону и осуществление бесконтактной оплаты;

- публикация от 16.08.2019 на ресурсе licensingrussia.ru фиксирует выпуск карт «Tinkoff Junior» в детских дизайнах, что свидетельствует о развитии продукта и его брендировании как самостоятельного финансового продукта для детской аудитории;

- согласно публикации от 26.09.2019 на ресурсе vc.ru, по состоянию на указанную дату количество выпущенных карт «Tinkoff Junior» приближалось к отметке 200000, что подтверждает широкое распространение продукта и узнаваемость обозначения среди потребителей задолго до даты приоритета оспариваемого товарного знака;

- публикации 2019-2020 годов (bosfera.ru от 27.09.2019, yugtimes.com от 07.11.2019, frankmedia.ru от 15.11.2019) подтверждают, что продукт «Tinkoff Junior»

позиционировался как полноценный банковский продукт для детей различных возрастных групп с программой лояльности, функцией геолокации и интеграцией в экосистему «Тинькофф»;

- публикации 2020 года (gorodpro.org от 14.04.2020, banki.ru от 03.07.2020, tbank.ru от 03.07.2020, republic.ru от 28.08.2020 и иные) подтверждают продолжение активного использования обозначения «Tinkoff Junior» в качестве самостоятельного финансового продукта, в том числе в рамках специальных акций и программ лояльности для несовершеннолетних клиентов;

- согласно публикации от 28.08.2020 на ресурсе republic.ru, продукт «Tinkoff Junior» упоминается в ряду брендированных детских банковских продуктов крупнейших российских банков, что свидетельствует о его устойчивом положении на рынке финансовых услуг для несовершеннолетних;

- совокупность приведенных доказательств свидетельствует о том, что регистрация оспариваемого товарного знака по свидетельству № 910537 способна ввести потребителей в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги 36 класса МКТУ, поскольку длительное и широкое использование схожего обозначения лицом, подавшим возражение, сформировало у потребителей устойчивую ассоциацию данного обозначения именно с АО «ТБанк».

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 910537 в отношении услуг 36 класса МКТУ недействительным (в соответствии с исправлениями представителя лица, подавшего возражение).

В подтверждение заявленной позиции к возражению приложены материалы:

1. сведения о заявках АО «ТБанк» на регистрацию товарных знаков с элементом «Junior»;
2. уведомления о результатах проверки соответствия обозначений с элементом «Junior»;
3. публикации указанных в возражении статей.

В своем дополнении к возражению, представленном 03.12.2025, лицо, подавшее возражение, отметило следующее:

- АО «ТБанк» в период с 2018 по 2020 год, то есть до даты приоритета оспариваемого товарного знака, осуществляло активную рекламную и маркетинговую деятельность по продвижению банковских услуг под обозначением «Tinkoff Junior/Junior» в сфере услуг 36 класса МКТУ, что подтверждается совокупностью договорных документов и эфирных справок;

- факт проведения рекламных кампаний подтверждается договором № 01/10/2017 от 23.10.2017, предметом которого являлось производство и (или) размещение рекламных материалов, а также двумя дополнительными соглашениями к указанному договору с приложениями к ним;

- дополнительное соглашение № 1 от 10.11.2017 к договору № 01/10/2017 от 23.10.2017 регулирует размещение спонсорской рекламы в эфире федерального телеканала в составе соответствующих телепередач;

- в подтверждение реального выхода рекламы и осведомленности потребителей представлено приложение № 6 к дополнительному соглашению № 1 от 10.11.2017, которое подтверждает оплату услуг по проведению спонсорских рекламных кампаний в период с 01 февраля 2019 года по 31 декабря 2019 года, а также в период с 01 января 2020 года по 31 декабря 2020 года в соответствующих телепередачах;

- факт фактического выхода рекламы в эфир подтверждается эфирными справками телеканала за февраль, март, апрель, май 2019 года, а также за февраль, март, апрель 2020 года в соответствующей телепередаче;

- дополнительное соглашение № 3 от 01.12.2017 к договору № 01/10/2017 от 23.10.2017 регулирует общие положения по спонсорской рекламе; к данному соглашению заключено Приложение № 7 от 28.11.2018, закрепляющее условия размещения рекламы в период с 01.12.2019 по 31.12.2019 в соответствующей передаче на телеканале с указанием общей стоимости услуг по размещению;

- размещение рекламы на телеканале в рамках указанного соглашения подтверждается также эфирными справками за период с 01.09.2019 по 30.09.2019;

- совокупность приведенных договорных документов, приложений к ним и эфирных справок свидетельствует о том, что АО «ТБанк» систематически и на

возмездной основе осуществляло размещение рекламы своих банковских услуг под обозначением «Tinkoff Junior/Junior» на федеральном телевидении в период, предшествующий дате приоритета оспариваемого товарного знака;

- изложенные обстоятельства свидетельствуют о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 910537 на имя правообладателя в отношении услуг 36 класса МКТУ нарушает требования подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, поскольку способна ввести потребителей в заблуждение относительно лица, оказывающего соответствующие услуги.

Дополнительно лицом, подавшим возражение, представлены следующие материалы:

4. копия договора № 01/10/2017 от 23.10.2017 на производство и/или размещение рекламных материалов;

5. копия дополнительного соглашения № 1 от 10.11.2017 к договору № 01/10/2017 от 23.10.2017;

6. копия приложения № 6 к дополнительному соглашению № 1 от 10.11.2017 к договору № 01/10/2017 от 23.10.2017;

7. копия эфирных справок, 2019–2020 гг.;

8. копия дополнительного соглашения № 3 от 01.12.2017 к договору № 01/10/2017 от 23.10.2017;

9. копия приложения № 7 от 28.11.2018 к дополнительному соглашению № 3 от 01.12.2017;

10. копия эфирных справок о размещении рекламы с 01.09.2019 по 30.09.2019.

Правообладатель товарного знака по свидетельству № 910537 был надлежащим образом уведомлен о принятии возражения к рассмотрению в соответствии с требованиями пункта 20 Правил ППС, однако отзыв по мотивам возражения не представил, участия в заседаниях коллегии не принимал.

В соответствии с пунктом 18 Правил в уведомлении о принятии возражения к рассмотрению указываются дата, время и место рассмотрения возражения на заседании коллегии, данные для доступа к возражению и приложенным к нему

документам и материалам на официальном сайте, а правообладателю предлагается представить отзыв на возражение.

При рассмотрении возражения были предприняты последовательные попытки уведомления правообладателя по всем имеющимся адресам, зафиксированным в Госреестре. Так, по адресу правообладателя было направлено три почтовых отправления. Первое уведомление (по почтовому идентификатору 80092614263366) возвращено в связи с истечением срока хранения; второе уведомление (по почтовому идентификатору 80083115308113) после неудачной попытки вручения 07.11.2025 также возвращено в связи с истечением срока хранения; третье (по почтовому идентификатору 80082916195793) – после неудачной попытки вручения 06.12.2025 возвращено в связи с истечением срока хранения. По адресу для переписки на территории также были направлены уведомления (по почтовым идентификаторам 80092614263359, 80083115308106, 80082916195779), но все возвращены в связи с истечением срока хранения.

Таким образом, Роспатентом трижды предпринимались попытки уведомления правообладателя по каждому из имеющихся адресов. Во всех случаях почтовая корреспонденция была возвращена почтовой службой.

В соответствии со статьей 1505 Кодекса федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности вносит по заявлению правообладателя в Госреестр изменения, в том числе о месте нахождения или месте жительства, об адресе для переписки. Следовательно, непринятие правообладателем мер по обеспечению актуальности адресных сведений, зафиксированных в Госреестре, влечет для него риск неполучения корреспонденции, направляемой по таким адресам, и не может служить основанием для вывода о ненадлежащем уведомлении со стороны Роспатента.

В соответствии с пунктом 21 Правил ППС правообладатель считается надлежащим образом уведомленным о принятии возражения к рассмотрению в случае неявки в отделение почтовой связи за получением почтового отправления, а также в случае отсутствия правообладателя по указанному в Госреестре адресу.

Принимая во внимание изложенное, коллегия приходит к выводу о том, что Роспатентом были исчерпаны все доступные меры по уведомлению правообладателя о настоящем споре, а правообладатель считается надлежащим образом уведомленным о дате, времени и месте заседания коллегии.

В силу пункта 41 Правил ППС неявка сторон спора, надлежащим образом уведомленных о дате, времени и месте проведения заседания коллегии, не является препятствием для его проведения.

Изучив материалы дела и заслушав представителя лица, подавшего возражение, коллегия установила следующее.

С учетом даты (17.09.2020) подачи заявки на регистрацию оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности 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 подпунктом 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Согласно пункту 37 Правил к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности. В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.



Оспариваемый товарный знак «» по свидетельству № 910537 (приоритет от 17.09.2020) является комбинированным, представляет собой слово «Junior» и изобразительный элемент, по форме, напоминающий английскую букву «Q». Товарный знак выполнен в следующем цветовом сочетании: желто-зеленый, синий, оранжевый. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров и услуг 03, 14, 25, 28, 29, 30, 32, 36, 43, 44, 45 классов МКТУ. Слово «Junior» для товаров 03, 25, 28 классов МКТУ является неохраняемым элементом.

Оспариваемый в возражении объем правовой охраны затрагивает следующие услуги 36 класса МКТУ: «кредитно-денежные операции; операции с недвижимостью; страхование; финансовая деятельность», что подтверждено представителем лица, подавшего возражение, на заседании 15.01.2026.

Необходимо отметить, что в соответствии с порядком оспаривания и признания недействительной предоставления правовой охраны товарному знаку, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку подается заинтересованным лицом.

Данная норма не конкретизирует понятия «заинтересованное лицо» и в то же время не содержит ограничений по видам заинтересованности. Заинтересованность в оспаривании правовой охраны товарных знаков оценивается исходя из конкретных оснований, заявленных в возражении, и применительно к дате подачи возражения (такой подход содержится в Определении Верховного Суда Российской Федерации от 11.11.2020 № 300-ЭС20-12511 по делу № СИП-819/2018).

Лицо, подавшее возражение, требуя признания предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 910537 недействительным для услуг 36 класса МКТУ, обосновывает свою заинтересованность наличием заявок на товарные знаки, которым был противопоставлен оспариваемый товарный знак, а также фактом осуществления деятельности под обозначением «Junior/Tinkoff Junior».

Наличие у лица, подавшего возражение, заявок на товарные знаки, при экспертизе которых был выявлен как препятствующий оспариваемый товарный знак, само по себе не отражает заинтересованности, поскольку в настоящее время для подачи заявки не предъявляется специальных требований об использовании или будущем использовании обозначения.

Вместе с тем АО «ТБанк» является кредитной организацией, осуществляющей деятельность на основании банковской лицензии в соответствии с Федеральным законом от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности». В силу указанного закона АО «ТБанк» вправе осуществлять деятельность, охватываемую услугами 36 класса МКТУ.

Ряд представленных публикаций содержит сведения о мобильном приложении для управления личными финансами под наименованием «Tinkoff Junior». В указанных источниках данный продукт именуется приложением, то есть программным продуктом, являющимся товаром 09 класса МКТУ. Вместе с тем упоминаемое мобильное приложение представляет собой инструмент дистанционного доступа к банковским услугам, как средство привязки банковской карты к смартфону и управления банковским счетом. Таким образом, указанное приложение является частью пакета банковских услуг, оказываемых АО «ТБанк», и его упоминание в публикациях не выходит за рамки требований об оспаривании правовой охраны товарного знака по свидетельству № 910537 для услуг 36 класса МКТУ.

При таких обстоятельствах коллегия приходит к выводу о том, что заинтересованность АО «ТБанк» в оспаривании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 910537 может быть признана обоснованной, поскольку именно в данной сфере лицо, подавшее возражение, осуществляет деятельность в силу своего правового статуса кредитной организации, при этом наименование продукта «Tinkoff Junior», включенного в пакет банковских услуг лица, подавшего возражение, содержит элемент «Junior», воспроизводящий доминирующий элемент оспариваемого товарного знака.

Анализ соответствия оспариваемого товарного знака требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса в отношении услуг 36 класса МКТУ показал следующее.

Обоснованием несоответствия оспариваемого товарного знака требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса является довод о его способности вводить потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги, в связи с длительным и интенсивным использованием сходного обозначения лицом, подавшим возражение.

Лицо, подавшее возражение, просит установить данный факт на основании сведений сети Интернет [3] и документов, касающихся продвижения продукта «Tinkoff Junior» [4-10].

Коллегия обращает внимание на то, что для того чтобы можно было сделать вывод о возможности введения среднего российского потребителя конкретных товаров в заблуждение ввиду того, что конкретное обозначение используется иным изготовителем, должно быть установлено, как минимум, что этот изготовитель использует конкретное обозначение в Российской Федерации и что это используемое обозначение среднему российскому потребителю, по крайней мере, известно (см. акты Суда по интеллектуальным правам от 24.05.2018 по делу № СИП-96/2018, от 14.05.2018 по делу № СИП-451/2017, от 20.05.2020 по делу № СИП-454/2019, от 02.12.2022 по делу № СИП-679/2022). Таким образом, нуждаются в установлении вероятные ассоциативные связи средних потребителей – адресатов конкретных товаров – в отношении конкретного обозначения.

Вместе с тем лицо, подавшее возражение, не доказало наличие у средних потребителей ассоциативных связей обозначения «Junior», возникших к 17.09.2020 в связи с длительным и интенсивным использованием этого обозначения лицом, подавшим возражение, для индивидуализации услуг 36 класса МКТУ по следующим причинам.

Визуальными источниками, демонстрирующими использование ранее 17.09.2020 противопоставляемого обозначения «Junior», его вариантов исполнения и комбинаций с иными элементами («Tinkoff Junior», «Тинькофф Джуниор», «Тинькофф-Джуниор»), являются исключительно публикации в сети Интернет [3].

Анализ указанных публикаций позволяет установить, что все представленные материалы относятся к периоду с октября 2018 года по август 2020 года, то есть предшествуют дате приоритета оспариваемого товарного знака. Во всех источниках слово «Junior» и его транслитерация «Джуниор» используются исключительно в формах «Tinkoff Junior», «Тинькофф Джуниор», то есть как составное обозначение. Все описываемые в публикациях операции – открытие расчетного счета, привязка дебетовой карты, совершение платежей, переводы, начисление кешбэка, установка лимитов расходов – относятся к услугам 36 класса МКТУ (банковские и финансовые услуги). Во всех источниках продукт позиционируется исключительно как банковский продукт для детей и подростков, ориентированный на детей преимущественно в возрасте от 6 до 14 лет и их родителей, а обозначение «Junior» воспринимается исключительно в контексте принадлежности к банковской экосистеме «Тинькофф» и не используется как самостоятельное средство индивидуализации источника услуг.

Договоры рекламы, в большинстве своем, не соотносятся с наименованием «Junior» или «Tinkoff Junior» (включая транслитерации), кроме эфирной справки о рекламных роликах соответствующего банковского продукта в сентябре 2019 г.

Доказательств непосредственного оказания заявителем услуг не представлено. Лицо, подавшее возражение, предлагает черпать соответствующие сведения из материалов сети Интернет, однако действительный объем деятельности и ее длительность такими источниками не могут считаться продемонстрированными.

Часть ссылок, представленных лицом, подавшим возражение, относится к ресурсам, которые со значительной степенью вероятности не являются средствами массовой информации (СМИ) в смысле Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», поскольку не зарегистрированы в установленном порядке (например, cashback2you.ru, mksegment.ru, gorodpro.org, credit67.ru, news.myseldon.com). Вместе с тем бремя доказывания относимости и допустимости представленных источников лежит на лице, их представившем.

Публикации в СМИ фиксируют факт освещения продукта в медиaprостранстве, однако не являются доказательством фактического оказания

услуг потребителям под спорным обозначением: между информационным присутствием продукта в СМИ и реальным объемом оказанных услуг существует принципиальное различие, поскольку первое свидетельствует лишь о рекламной активности, а второе требует подтверждения иными доказательствами – например, фактическими данными о количестве заключенных договоров, выручке или результатами социологических опросов.

Цифры, приводимые в отдельных публикациях, в частности сведения о привлечении свыше 10000 новых клиентов в первый месяц работы (в статье по ссылке https://arb.ru/b2b/press/tcs_group_holding_plc_obyavlyayet_o_rekordno_vysokoy_chistoy_pribyli_za_iii_kvart-10244803/ указано, что источником данных является сайт <https://tinkoff.ru/>, относящийся к лицу, подавшему возражение) и о приближении к отметке 200000 выпущенных карт (в статье сказано: «В «Тинькофф» уточнили vs.ru, что сейчас банк приближается к отметке 200 тысяч таких карт»), воспроизводят сведения, предоставленные самим лицом, подавшим возражение, следовательно, представляют собой рекламные заявления заинтересованной стороны. Эти сведения не подтверждены первичными документами, не заверены, например, аудитором. Ссылка на собственные пресс-релизы и интервью в качестве объективного доказательства масштаба использования обозначения не позволяет сделать обоснованный вывод о длительности и интенсивности использования обозначения, о его действительном позиционировании потребителям.

Вероятность ошибочного восприятия правообладателя товарных знаков усиливается ввиду их длительного и активного использования и, как следствие, достаточной известности товарного знака широкому кругу потребителей однородных услуг. Вместе с тем фактических доказательств, иллюстрирующих длительное активное использование противопоставляемого обозначения и появление его известности широкому кругу потребителей услуг 36 класса МКТУ, не представлено. Социологическое исследование, которое являлось бы объективным доказательством потребительского восприятия обозначения применительно к услугам 36 класса МКТУ, в материалы дела также не представлено.

Коллегия обращает внимание на то, что сам по себе факт использования противопоставляемого обозначения, не может быть положен в основу вывода о несоответствии товарного знака по свидетельству № 910537 требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса, при этом дополнять представленные источники лицо, подавшее возражение (его представитель), намерений не высказало.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 06.09.2025, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 910537.