

**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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 03.06.2024, поданное ООО «Скай Трип», Пермский край, г. Пермь (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №995960, при этом установлено следующее.



Оспариваемый словесный товарный знак « » по заявке №2022795354 с приоритетом от 27.12.2022 зарегистрирован 01.02.2024 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее - Госреестр) за №995960 в отношении услуг 41 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства, на имя ООО «А-ЭЛИТ», Астраханская обл., г. Астрахань (далее - правообладатель).

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 03.06.2024 поступило возражение, в котором оспаривается правомерность предоставления правовой охраны указанному товарному знаку ввиду того, что, по мнению лица, его подавшего, указанная регистрация предоставлена в нарушение требований, установленных пунктом 3 статьи 1483 Кодекса.

В доводах возражения было указано следующее:

- оспариваемый товарный знак воспроизводит обозначение



« \_\_\_\_\_ », используемое лицом, подавшим возражение, с января 2022 года для индивидуализации услуг в сфере развлечения, однородных услугам 41 класса МКТУ, указанным в перечне спорного товарного знака;

- обозначение «АКУЛА ПАРК» хорошо известно потребителю в связи с длительным и широким использованием лицом, подавшим возражение, данного обозначения;

- словесный элемент «Акула» спорного товарного знака является сходным до степени смешения с обозначением «АКУЛА ПАРК», используемым ООО «Скай Трип», по фонетическому и семантическому признакам сходства;

- одновременное использование сравниваемых обозначений в гражданском обороте вызывает у потребителя ложное представление об их принадлежности одному и тому же исполнителю услуг;

- предоставление правовой охраны спорному обозначению привело к смешению услуг в глазах потребителя и является неправомерным в ситуации, когда ООО «Скай Трип» начало использовать спорное сходное обозначение ранее, чем ООО «А-ЭЛИТ».

На основании вышеизложенного, лицо, подавшее возражение, просит удовлетворить возражение и признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №995960 полностью.

Кроме того, к ранее представленному возражению, лицо, его подавшее, представило дополнения, в которых указывалось на новые основания для признания предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №995960 недействительным, предусмотренные положениями пунктов 8 и 6 статьи 1483 Кодекса, а именно:

- используемое ООО «Скай Трип» обозначение «АКУЛА ПАРК» по своей сути является коммерческим обозначением, в отношении которого применяются требования пункт 8 статьи 1483 Кодекса;

- право на сходное коммерческое обозначение, принадлежащее ООО «Скай Трип», возникло ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака, что подтверждается приложенными документами;

- лицо, подавшее возражение, осуществляет деятельность в сфере развлечения ранее, чем правообладатель оспариваемой регистрации, что следует из сведений, содержащихся в ЕГРЮЛ;

- ООО «Скай Трип» имеет страницу (сообщество) в социальной сети «ВКонтакте» (<https://vk.com/coolakulaprк>), где указано, что услуги оказывает лицо, подавшее возражение;

- первая публикация, которая сопровождалась использованием коммерческого обозначения «АКУЛА ПАРК», датирована 29.01.2022 г.;

- коммерческое обозначение «АКУЛА ПАРК», принадлежащее лицу, подавшему возражение, публиковалось в виде рекламных и информационных объявлений в других сообществах в социальной сети «ВКонтакте» у своих партнеров;

- в представленных к материалам дела документах (счетах на оплату, актах об оказании услуг), датированных до даты приоритета оспариваемого товарного знака, использовалось коммерческое обозначение «АКУЛА ПАРК»;

- оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения с товарным знаком по свидетельству №1079847, принадлежащим лицу, подавшему возражение, в отношении однородных услуг 41 класса МКТУ.

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №995960 недействительным полностью.

Лицом, подавшим возражение, были приобщены следующие материалы:

- выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «А-ЭЛИТ» (1);
- выписка из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Скай Трип» (2);
- счет на оплату №7 от 12.12.2022 (3);
- акт об оказании услуг №8 от 12.12.2022 (4);

- акт об оказании услуг №7 от 28.11.2022 (5);
- счет на оплату №3 от 27.05.2022 (6);
- акт об оказании услуг №3 от 27.05.2022 (7).
- договор на оказание дизайнерских услуг от 29.09.2022 г. с ООО «Центр дизайна «Золотой квадрат» с приложением (8);
- письмо ООО «Скай Трип» от 29.09.2022 г. в адрес ООО «Центр дизайна «Золотой квадрат» о ведении переписки по всем вопросам касательно работы по созданию обозначения в социальной сети «ВКонтакте» (9);
- переписка с дизайнером в социальной сети «ВКонтакте» в период с 27.09.2022 по 01.11.2022 гг. по всем вопросам касательно работы по созданию обозначения (10);
- акт оказанных услуг № 10 от 02.11.2022 г. (11);
- решение Роспатента от 19.11.2024 по заявке №2022781038 (12);
- свидетельство №1079847 на товарный знак «АКУЛА ПАРК» (13).

Правообладатель оспариваемого товарного знака представил свои доводы, в которых указывалось следующее:

- ООО «А-Элит» осуществляет свою деятельность с 21 ноября 2013 года, что подтверждается выпиской ЕГРЮЛ, использует свой товарный знак по свидетельству №995960, который в разные периоды его действия видоизменялся;
- правообладатель использовал спорный товарный знак при оказании услуг в области развлечений, в частности с 2014 года им маркировались три филиала «Парки развлечений» в г. Астрахани;
- в свою очередь, лицо, подавшее возражение, индивидуализировало свои услуги как «Парк развлечения «Акула»» всего лишь с 2022 года, а до этого название парка по данному адресу было: «Активити парк Sky Trip», о чем свидетельствуют многие интернет ресурсы, картографы и т.д.;
- в подтверждение использования до даты приоритета оспариваемой регистрации коммерческого обозначения «Акула», правообладателем товарного знака в отношении парков развлечений в г. Астрахани представлены

документальные доказательства (договор об оказании услуг по размещению рекламы на телевидении №12/2019 от 26.12.2019 г. с ООО «РЕМАС МЕДИА» с приложениями, фото переписки, рекламный ролик и т.д.).

На основании изложенного, правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №995960.

Правообладателем к материалам дела приложены следующие материалы:

- <https://otzovik.com/review/11898752.html> (14);
- <https://akula30.vsite.biz> (15);
- <https://m.youtube.com/watch?v=nDI-EKKhTb4> (16);
- <https://otzovik.com/review/1752061.html> (17);
- <https://goru.travel/place/park-razvlecheniy-akula> (18);
- <https://en.geometria.ru/city/akula-igrovye-avtomaty/> (19);
- <https://totadres.ru/astrahan/detskie-igrovye-zaly-igroteki/address/53271/vokzalnaya-ploschad/13-litera-a> (20);
- [https://zoon.ru/astrakhan/kids/park-razvlechenij-akula-na-vokzalnoj-ploschadi/?utm\\_source=s-hare-short-link](https://zoon.ru/astrakhan/kids/park-razvlechenij-akula-na-vokzalnoj-ploschadi/?utm_source=s-hare-short-link) (21);
- договор №04-16 от 14.12.2016 об оказании полиграфических услуг и приложения к нему (22);
- акт сверки взаимных расчетов за период 2021 г. между ООО «ТИПОГРАФИЯ «НОВАЯ ЛИНИЯ» и ООО «А-ЭЛИТ» (23);
- дополнительное соглашение №1 от 09.01.2019 к договору №33/18 от 14.02.2018 и приложения к нему (24);
- акты на передачу прав (25);
- счет на оплату (26);
- договор об оказании услуг по размещению рекламы на телевидении №12/2019 от 26.12.2019 г. (27);
- платежное поручение №130 от 30.11.2020 (28);
- акт сверки взаимных расчетов за период с января 2019 по декабрь 2024 г.

между ООО «РЕМАС МЕДИА» и ООО «А-ЭЛИТ» (29).

Изучив материалы дела и выслушав участников рассмотрения возражения, коллегия считает доводы возражения убедительными.

С учетом даты (27.12.2022) приоритета товарного знака по свидетельству №995960 правовая база для оценки его охраноспособности включает вышеуказанный 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 июля 2015 г. N 482 (далее - Правила).

В соответствии с подпунктом 1 пункта 2 статьи 1512 Кодекса предоставление правовой охраны товарному знаку может быть оспорено и признано недействительным полностью или частично в течение всего срока действия исключительного права на товарный знак, если правовая охрана была ему предоставлена с нарушением требований пунктов 1 - 5, 8 и 9 статьи 1483 настоящего Кодекса.

Согласно пункту 8 статьи 1483 Кодекса не могут быть в отношении однородных товаров зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием или коммерческим обозначением (отдельными элементами таких наименований или обозначений), права на которые в Российской Федерации возникли у иных лиц ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

Согласно пункту 1 статьи 1539 Кодекса правообладателю принадлежит исключительное право использования коммерческого обозначения в качестве средства индивидуализации принадлежащего ему предприятия любым не противоречащим закону способом (исключительное право на коммерческое обозначение), в том числе путем указания коммерческого обозначения на вывесках, бланках, в счетах и на иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, в сети "Интернет", если такое обозначение обладает достаточными

различительными признаками и его употребление правообладателем для индивидуализации своего предприятия является известным в пределах определенной территории.

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю. При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки. Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

В соответствии с подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с положениями пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы. При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

Исходя из положений пункта 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение. 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. Смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в 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).

Согласно положению пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарного знака обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

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

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

Оспариваемый товарный знак по свидетельству №995960 представляет собой



комбинированное обозначение «», содержащее окружность, в которую вписано стилизованное изображение акулы с зубастой пастью и словесный элемент «Акула», выполненный буквами русского алфавита оригинальным шрифтом. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении услуг 41 класса МКТУ.

Коллегия отмечает, что в соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, в частности, предусмотренным подпунктом 1 пункта 2 статьи 1512 Кодекса может быть подано заинтересованным лицом.



обозначения лицом, подавшим возражение, в результате чего у потребителей должна возникнуть стойкая ассоциативная связь между указанным лицом и товарами и услугами оспариваемой регистрации, которые вводятся в гражданский оборот под соответствующим обозначением.

Анализ представленных лицом, подавшим возражение, материалов показал следующее.

Представленные лицом, подавшим возражение, материалы (2-11) содержат некоторую информацию о его экономической деятельности по организации развлекательных мероприятий.

Согласно документам (3-7) лицом, подавшим возражение, оказываются услуги по аренде парка «Акула» и по продаже сертификатов и билетов. Также была представлена информация о создании макета логотипа в рамках договора на оказание дизайнерских услуг (8), заключенного между лицом, подавшим возражение, и ООО «Центр дизайна «Золотой квадрат», и акт (11) по выполнению услуг дизайнером.

Вместе с тем представленные сведения не позволяют прийти к выводу о наличии у оспариваемого товарного знака способности ввести в заблуждение потребителя относительно лица, оказывающего услуги, так как для такого вывода обязательно необходимы документы, которые свидетельствовали бы о существовании на дату приоритета оспариваемого товарного знака определенных фактических обстоятельств, обуславливающих саму возможность порождения в сознании российского потребителя не соответствующего действительности представления о конкретных услугах и конкретном лице, оказывающем данные услуги.

Так, к материалам дела не были представлены документы, которые непосредственно свидетельствовали бы о длительности и продолжительности оказания развлекательных услуг лицом, подавшим возражение, сопровождаемым обозначением «АКУЛА», до даты приоритета оспариваемого товарного знака. Материалы возражения не содержат сведений относительно территории и объема оказанных услуг, маркированных обозначением «АКУЛА».

Отсутствуют какие-либо сведения о проведении лицом, подавшим возражение, рекламных кампаний и размещениях им рекламы в средствах массовой информации.

При этом коллегия не располагает и какими-либо документами, которые содержали бы сведения о доказанном факте наличия у потребителей тех или иных определенных устойчивых ассоциативных связей при восприятии оспариваемого товарного знака именно с лицом, подавшим возражение. Так, например, не были представлены какие-либо результаты социологического опроса российских потребителей.

Принимая во внимание изложенные выше обстоятельства, коллегия не усматривает в представленных материалах возражения какие-либо основания для признания оспариваемого товарного знака способным ввести в заблуждение потребителя относительно лица, оказывающего услуги, то есть не соответствующим требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Относительно несоответствия оспариваемого товарного знака требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса, как произведенного в нарушении права иного лица на коммерческое обозначение, коллегией установлено следующее.

На территории Российской Федерации действует исключительное право на коммерческое обозначение, используемое для индивидуализации предприятия, находящегося на территории Российской Федерации (пункт 1 статьи 1540 Кодекса).

В соответствии с пунктом 1 статьи 132 Кодекса предприятием как объектом прав признается имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности, и предприятие в целом как имущественный комплекс признается недвижимостью.

Документов о том, что лицу, подавшему возражение, в период ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака принадлежал какой-либо имущественный комплекс (объект недвижимости), для индивидуализации которого лицом, подавшим возражение, использовалось бы обозначение «АКУЛА» в материалах возражения не представлено.

Лицом, подавшим возражение, сообщалось, что он использует коммерческое обозначение «АКУЛА» при оказании услуг в парке развлечений, в том числе указывалась, что данная информация, размещается в социальных сетях Интернет.

Коллегия отмечает, что к материалам возражения не представлено документальных доказательств того, что лицу, подавшему возражение, на праве аренды или на праве собственности принадлежит какой-либо имущественный комплекс, маркируемый обозначением «АКУЛА». Отсутствует информация о существовании и происхождении какой-либо вывески на фасаде здания того или иного развлекательного комплекса с его названием, то есть с указанием соответствующего коммерческого обозначения.

Что касается скриншотов, размещенных по тексту возражения, то из данной информации не представляется возможным установить кем, в какое время и где размещалась какая-либо вывеска на имущественном комплексе с обозначением «АКУЛА». Кроме того, коллегия отмечает, что сами скриншоты, содержащие обозначение «АКУЛА», невозможно сопоставить с вывеской какого-либо предприятия.

Что касается иных представленных с возражением документов (3-11), то они никоим образом не могут служить доказательством использования коммерческого обозначения, поскольку демонстрируют лишь деятельность лица, подавшего возражение, под обозначением «АКУЛА».

Таким образом, материалы возражения не доказывают, что правовая охрана товарного знака по свидетельству №995960 противоречит требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса, как произведенная в нарушении права иного лица на коммерческое обозначение.

Относительно мотивов возражения о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №995960 не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, коллегия установила следующее.



представляет собой комбинированное обозначение «  
», выполненное в виде стилизованного изображения акулы, на фоне которой размещены словесные элементы «АКУЛА ПАРК», выполненные буквами русского алфавита. Правая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 41 класса МКТУ.

Следует отметить, что индивидуализирующую функцию в оспариваемом товарном знаке, так же как и в противопоставленном товарном знаке несут словесные элементы «Акула» и «АКУЛА ПАРК», поскольку именно на них акцентируется внимание потребителя при их восприятии и прочтении.

Сопоставительный анализ оспариваемого товарного знака и противопоставленного товарного знака показал, что они являются сходными в силу фонетического и семантического тождества словесных элементов «АКУЛА», входящих в состав сравниваемых обозначений.

Словесный элемент «АКУЛА» - крупная хищная морская рыба с веретенообразным телом, большим ртом, расположенным на нижней стороне головы; хищный, решительный и беспринципный человек (перен.знач.) (электронный словарь: <https://kartaslov.ru/значение-слова/акула>), в этой связи по семантическому критерию сходства сопоставляемые обозначения являются сходными в силу заложенных одинаковых смысловых образов.

По визуальному критерию сходства сопоставляемые обозначения следует признать сходными, поскольку словесные элементы, содержащиеся в сравниваемых обозначениях, написаны буквами одного алфавита (русского). При этом присутствие в сравниваемых обозначениях стилизованного изображения акул, усиливает их сходство по графическому критерию сходства.

Таким образом, оспариваемый товарный знак и противопоставленный товарный знак являются сходными в целом, несмотря на некоторые отличия.

Вероятность смешения оспариваемого товарного знака и противопоставленного товарного знака определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров и услуг (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»).

Сопоставительный анализ однородности услуг 41 класса МКТУ, указанных в перечне оспариваемого товарного знака и услуг 41 класса МКТУ, приведенных в перечне противопоставленного товарного знака, показал следующее.

Оспариваемые услуги 41 класса МКТУ «аренда спортивных площадок; батутный центр, воспитание физическое; клубы здоровья [оздоровительные и фитнес-тренировки]; обучение гимнастике; организация и проведение спортивных мероприятий; предоставление спортивного оборудования; проведение фитнес-классов; прокат оборудования для игр; прокат спортивного оборудования, за исключением транспортных средств; услуги индивидуальных тренеров [фитнес]; услуги по раскрашиванию лица; услуги спортивных лагерей» являются однородными услугам 41 класса МКТУ «академии [обучение]; аренда спортивных площадок; воспитание физическое; клубы здоровья [оздоровительные и фитнес-тренировки]; обучение гимнастике; организация и проведение спортивных мероприятий; предоставление спортивного оборудования; проведение фитнес-классов; прокат оборудования для игр; прокат спортивного оборудования, за исключением транспортных средств; услуги индивидуальных тренеров [фитнес]; услуги по раскрашиванию лица; услуги спортивных лагерей» противопоставленного товарного знака по свидетельству №1079847, поскольку они имеют одинаковое назначение, оказываются одними и теми же предприятиями и организациями, имеют одинаковый круг потребителей.

Таким образом, в результате сопоставления соответствующих перечней, с учетом, к тому же, как уже отмечалось выше, крайне высокой степени сходства сравниваемых знаков, коллегией однозначно усматривается принципиальная возможность возникновения у потребителей представления о принадлежности

вышеуказанных услуг, для индивидуализации которых предназначены сравниваемые (сходные) знаки, одному производителю.

Учитывая вышеизложенное, коллегия пришла к выводу о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №995960 является сходным до степени смешения с противопоставленным товарным знаком по свидетельству №1079847 в отношении однородных услуг 41 класса МКТУ. Следовательно, довод возражения о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №995960 противоречит требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, является убедительным и подлежит удовлетворению.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 03.06.2024, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №995960 недействительным полностью.**