


**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 30.04.2020 №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 27.03.2025, поданное индивидуальным предпринимателем Метёлкиным Д.Ю., город Вологда (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1089430, при этом установлено следующее.



Регистрация товарного знака «» по свидетельству №1089430 с приоритетом от 29.12.2024 была произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 26.02.2025 по заявке №2024847838. Правообладателем товарного знака по свидетельству №1089430 является Вагнер Р.С., г. Екатеринбург (далее - правообладатель). Товарный знак зарегистрирован в отношении товаров и услуг 13, 35 классов МКТУ.


В возражении, поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности 27.03.2025, выражено мнение о том, что регистрация товарного

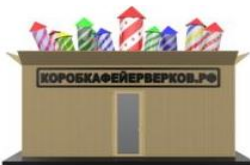
знака по свидетельству №1089430 произведена с нарушением требований, установленных положениями пунктов 6, 10 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- лицо, подавшее возражение, является правообладателем исключительных


прав на товарные знаки «» по свидетельствам №№818420, 1032300, 799830 с более ранними датами приоритета в отношении товаров и услуг 13, 35 классов МКТУ;

- оспариваемый товарный знак «» представляет собой горизонтально расположенный прямоугольный параллелепипед, в виде стилизованного ящика/коробки с фейерверками, в который помещены стилизованные объемные части в виде трубочек с наконечниками и полосками в виде винтовых линий, на двух из которых расположены изображения звездочек в различной цветовой гамме, напоминающие части фейерверков. По центру, между стилизованных трубочек, также расположен объемный элемент, представляющий собой стилизованную бомбу, на которой воспроизведено улыбающееся лицо (наподобие «смайлика»). На двух сторонах прямоугольного параллелепипеда товарного знака расположены стилизованные вывески красного цвета. На одной из сторон прямоугольного параллелепипеда товарного знака по центру расположено стилизованное изображение дверей;


- противопоставленный товарный знак «» по свидетельству №818420 представляет собой горизонтально расположенный прямоугольник коричневого цвета, из верхней части которого выступают элементы в виде трубочек, напоминающих части фейерверков, с наконечниками и полосками в

виде винтовых линий в различной цветовой гамме, на двух из которых расположены изображения звездочек. Лицевая поверхность прямоугольника выполнена гофрированной. По центру лицевой части расположен прямоугольный элемент серого цвета, напоминающий дверь, над которым на всю ширину лицевой поверхности выполнен вытянутый прямоугольник черного цвета, содержащий словесные элементы «КОРОБКАФЕЙЕРВЕРКОВ.РФ». Словесные элементы и изображение формы открытой коробки являются неохраняемыми элементами в составе данного обозначения;



- противопоставленный товарный знак «» по свидетельству №1032300 представляет собой горизонтально расположенный прямоугольный параллелепипед, в виде стилизованного ящика/коробки с фейерверками, в который помещены стилизованные объемные части в виде трубочек с наконечниками и полосками в виде винтовых линий в различной цветовой гамме, на двух из которых расположены изображения звездочек, напоминающие части фейерверков. В верхней части прямоугольника выполнены откидные прямоугольные части, напоминающие открытый ящик/коробку. На прямоугольном параллелепипеде товарного знака расположены словесные и цифровые элементы, которые являются неохраняемыми и не оказывают существенного влияния на различительную способность указанного средства индивидуализации;



- противопоставленный товарный знак «» по свидетельству №799830 представляет собой горизонтально расположенный прямоугольный параллелепипед, в виде стилизованного ящика/коробки с фейерверками, в который помещены стилизованные объемные части в виде трубочек с наконечниками и полосками в виде винтовых линий в различной цветовой гамме, на двух из которых расположены изображения звездочек, напоминающие части

фейерверков. В верхней части прямоугольника выполнены откидные прямоугольные части, напоминающие открытый ящик/коробку. На одной из сторон прямоугольного параллелепипеда товарного знака расположено по диагонали слово «Фейерверки», заключенное в рамку, выполненное буквами русского алфавита, стилизованным шрифтом. На другой из сторон прямоугольного параллелепипеда расположено в верхней части слово «Фейерверки», заключенное в рамку, выполненное буквами русского алфавита, стилизованным шрифтом. На прямоугольном параллелепипеде товарного знака расположены словесные и цифровые элементы, которые являются неохраняемыми и не оказывают существенного влияния на различительную способность обозначенного противопоставления;

- сравниваемые средства индивидуализации имеют элементы в виде трубочек с наконечниками и полосками в виде винтовых линий в различной цветовой гамме, изображения звездочек имеют оригинальное исполнение в яркой цветовой гамме, направленные на акцентирование визуального восприятия серии противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№818420, 1032300, 799830 и оспариваемого обозначения по свидетельству №1089430, что позволяет при визуальном восприятии выделить данные изобразительные элементы;

- изображения формы коробок/ящиков противопоставленных друг другу товарных знаков, хотя и являются неохраноспособными, однако, оказывают влияние на их степень сходства;

- соответственно, сравниваемые обозначения создают сходное зрительное впечатление, в целом ассоциируются, являются сходными до степени смешения, несмотря на наличие в обозначениях некоторых отличительных элементов;

- указанное также подтверждается решением Арбитражного суда Свердловской области от 03.12.2024 по делу №А60-53623/2021 (приложение №3) и постановлением Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 19.05.2023 по делу №А60-53622/2021 (приложение №4), которыми было установлено сходство между противопоставленным товарным знаком по свидетельству №799830 и реально установленными павильонами

правообладателя, боковой вид которых является основой оспариваемого товарного знака;

- лицо, подавшее возражение, отмечает, что в дополнениях к возражению ООО «Красноярский фейерверк» против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №799830 также указывалось о наличии сходства между товарным знаком индивидуального предпринимателя Метёлкина Д.Ю. и павильоном (приложение №5);

- отсутствие в оспариваемом товарном знаке словесных элементов и добавление графического элемента в форме круга (шара) наподобие стандартного «смайлика» не оказывает существенного влияния на вывод о сходстве между сравниваемыми обозначениями;

- более того, согласно положениям пункта 162 Постановления №10, определяя вероятность смешения сравниваемых обозначений, необходимо оценивать и иные обстоятельства, в том числе наличие у лица, подавшего возражение, серии товарных знаков, объединенных общим со спорным обозначением элементом (аналогичная правовая позиция изложена в решении Суда по интеллектуальным правам от 29.10.2024 по делу №СИП-901/2024, в постановлении Президиума Суда по интеллектуальным правам от 14.02.2025 по делу №С01-1120/2024);

- товары и услуги 13, 35 классов МКТУ оспариваемого товарного знака являются однородными товарам и услугам 13, 35 классов МКТУ противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№818420, 1032300, 799830, так как имеют одно назначение, сферу применения и круг потребителей;

- при этом, высокая степень сходства сравниваемых средств индивидуализации и высокая степень сходства их товаров и услуг 13, 35 классов МКТУ усиливает вероятность смешения противопоставленных друг другу обозначений в гражданском обороте;

- соответственно, лицо, подавшее возражение, полагает, что оспариваемый товарный знак нарушает положения пунктов 6, 10 статьи 1483 Кодекса в отношении всех товаров и услуг 13, 35 классов МКТУ.

На основании вышеизложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать правовую охрану товарного знака по свидетельству №1089430 недействительной полностью на основании пунктов 6, 10 статьи 1483 Кодекса.

К возражению были приложены следующие материалы:

1. Сведения о товарном знаке по свидетельству №1089430;
2. Сведения о товарных знаках по свидетельствам №№818420, 1032300, 799830;
3. Решение Арбитражного суда Свердловской области от 03.12.2024 по делу №А60-53623/2021;
4. Постановление Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 19.05.2023 по делу №А60-53622/2021;
5. Дополнение к возражению ООО «Красноярский фейерверк»;
6. Заключение исследований патентного поверенного Разумовой Л.А.

Правообладателем 23.05.2025 был направлен отзыв по мотивам поступившего 27.03.2025 возражения, в котором он отмечал следующее:

- правообладатель полагает, что сравниваемые товарные знаки не являются сходными до степени смешения, так как они не создают общего зрительного впечатления, имеют разный состав, графическое исполнение всех изобразительных элементов;

- оспариваемый товарный знак включает в себя изобразительный элемент в виде павильона (что было отображено в описании знака при его подаче на регистрацию), в то время как противопоставленные регистрации включают в свой состав изобразительные элементы в виде коробок, то есть в сравниваемых обозначениях заложены абсолютно разные идеи и смыслы, что также не позволяет их ассоциировать друг с другом в целом;

- что касается изобразительных элементов в виде фейерверков сравниваемых обозначений, то и они имеют визуальные отличия, вызванные тем, что на них нанесены разные узоры;

- правообладатель указывает, что оспариваемый товарный знак также включает в свой состав изобразительный элемент в виде большой шарообразной

бомбы с фитилем, с глазами и большой улыбкой, которая занимает существенную его площадь, при этом, отсутствует в противопоставленных товарных знаках по свидетельствам №№818420, 1032300, 799830;

- Президиумом Верховного Суда РФ (пункт 37 Обзора судебной практики по делам, связанным с разрешением споров о защите интеллектуальных прав, утвержденного 23.09.2015) отмечено, что при выявлении сходства до степени смешения обозначения с товарным знаком учитывается общее впечатление, которое производят эти обозначение и товарный знак (включая неохранные элементы) в целом на среднего потребителя соответствующих товаров или услуг;

- в частности, сложившаяся судебная практика исходит из того, что вывод о сходстве делается на основе восприятия не отдельных элементов, а товарных знаков в целом, а также презумпции разумности и добросовестности участников правоотношений (постановления Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ от 18.07.2006 №2979/06, от 17.04.2012 №16577/11);

- правообладатель приводит в пример иные регистрации товарных знаков, в которых включены изобразительные элементы в виде павильонов и фейерверков

(обозначения «», «» по свидетельствам №№1051504, 1005606), и обращает внимание коллегии на то, что данные средства индивидуализации и товарные знаки, противопоставленные друг другу в настоящем деле, сосуществуют друг с другом на рынке товаров и услуг.

На основании вышеизложенного, правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1089430.

Лицом, подавшим возражение, 07.07.2025 были направлены дополнения к возражению от 27.03.2025, которые сводились к следующему:

- обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия;

- оспариваемый товарный знак и противопоставленные товарные знаки по свидетельствам №№818420, 1032300, 799830 содержат в себе изобразительные элементы в виде ящиков/коробок, а также изобразительные элементы в виде фейерверков, ввиду чего сравниваемые обозначения производят общее зрительное впечатление, ассоциируются друг с другом в целом;

- коробка и ящик относятся к единой форме применения (приложение №7), а именно, вместилища для чего-либо, включая пиротехнические товары. При этом, коробка понимается как ящик;

- кроме того, сравниваемые обозначения являются сходными по таким признакам, как внешняя форма, наличие симметрии в их частях, смысловому значению, виду и характеру изображений;

- как правило, первое впечатление является наиболее важным при определении сходства изобразительных и объемных обозначений, так как именно первое впечатление наиболее близко к восприятию товарных знаков потребителями, уже приобретавшими такой товар;

- сравниваемые средства индивидуализации в глазах потребителя будут иметь сходное зрительное впечатление, основанное на таких сильных изобразительных элементах как «ящик/коробки» и трубочки с наконечниками с изображением графических элементов, имеющие оригинальное исполнение в яркой цветовой гамме (аналогичная правовая позиция также отражена в заключениях Палаты по патентным спорам от 19.01.2024, 26.03.2024, 20.11.2024, 05.02.2025, 25.03.2025, а также в судебных актах Суда по интеллектуальным правам от 27.09.2024, 13.11.2024, 26.05.2025 - приложение №8);

- стилизованный элемент в форме круга (шара) наподобие стандартного «смайлика», включенный в состав оспариваемой регистрации, не оказывает существенного влияния на вывод о сходстве между противопоставленными друг другу обозначениями;

- в отношении доводов правообладателя о том, что Роспатентом также были зарегистрированы иные обозначения, в состав которых входят изобразительные элементы в виде павильонов и фейерверков, лицо, подавшее возражение,

сообщает, что делопроизводство по каждой заявке ведется отдельно, и заявленный довод правообладателя подлежит отклонению, поскольку регистрация иных товарных знаков не имеет правового значения при рассмотрении настоящего спора;

- лицо, подавшее возражение, приобщает в материалы дела социологический опрос, проведенный лабораторией социологической экспертизы Института социологии ФНИСЦ РАН (приложение №9), выводы которого показывают, что значительная часть респондентов (от 45% и выше) полагает, что сравниваемые обозначения являются сходными по внешней форме, по наличию симметрии в элементах оформления, по виду и характеру изображений, а также по смыслу;

- при этом, опрошенные указали и на возможное возникновение путаницы между этими обозначениями;

- кроме того, потребители пришли к выводу о том, что спорный товарный знак и противопоставленная серия товарных знаков принадлежат либо одной компании, либо связанным друг с другом компаниями, что дополнительно указывает на наличие смешения сравниваемых средств индивидуализации в глазах российского потребителя;

- смешение товарных знаков может иметь место не только тогда, когда потребитель может принять одно обозначение за другое, но и тогда, когда из-за особенностей товарных знаков потребитель может, видя разницу товарных знаков, принимать товары, маркируемые двумя товарными знаками, за товары одного производителя (аналогичный подход отражен в Постановлении Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 18.07.2006 №2979/06, а также в судебных актах Суда по интеллектуальным правам по делам №СИП-77/2025, №СИП-1448/2024, №СИП-1019/2024, №СИП-1198/2023).

К дополнениям от 07.07.2025 лицом, подавшим возражение, были приложены следующие материалы:

7. Выдержки из Толкового словаря русского языка;
8. Заключение Палаты по патентным спорам и судебные акты Суда по интеллектуальным правам;

9. Заключение №133-2025 от 09.06.2025 по результатам социологического опроса.

Лицом, подавшим возражение, 14.07.2025 были направлены письменные пояснения к возражению от 27.03.2025, в которых оно отмечало следующее:

- сходство до степени смешения между товарным знаком по свидетельству №799830 и павильоном Вагнера Р.С., ранее используемого без графического элемента в форме красного шара, подтверждено судебными актами по делам №№А60-53622/2021, А60-53623/2021, вступившими в законную силу (приложения №№3, 4);

- так, в Постановлении Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 19.05.2025 по делу №А60-53622/2021 судебной коллегией было установлено, что «исследуемые товарный знак «ящик/коробка с фейерверками» по свидетельству №799830 и обозначения в виде объемной конструкции - павильонов «ящика/коробки с фейерверками» создают сходное зрительное впечатление, в целом ассоциируются, являются сходными до степени смешения, несмотря на наличие в обозначении некоторых отличительных элементов» (страница 12 приложения №4);

- исполняя решение суда в части прекращения использования товарного знака по свидетельству №799830, правообладатель оспариваемой регистрации внес изменения во внешний вид используемых павильонов, разместив на крыше красный шар, наподобие «смайлика», с фитилем сверху;

- лицо, подавшее возражение, полагает, что отличия в виде добавления графического элемента в форме круга (шара) наподобие стандартного «смайлика», не оказывает существенного влияния для исключения вывода о сходстве между сравниваемыми обозначениями;

- указанный графический элемент вписывается в общий художественный замысел, и, следовательно, не приводит к изменению восприятия всей композиции в целом, идей которой выступает стилизация тары с пиротехническими товарами внутри. Другими словами, добавление красного шара на крышу павильона с ранее доказанным сходством до степени смешения с

товарным знаком по свидетельству №799830, без изменения иных элементов, которые ранее обеспечивали сходство до степени смешения, не может изменять вывод об общем сходстве сравниваемых средств индивидуализации;

- отсутствие изменения общего зрительного впечатления в результате размещения красного шара, стилизованного под бомбу, возможно показать на примерах размещения аналогичного элемента на крыши зданий «McDonalds», заправок компаний «Лукойл», «Шелл», «Газпромнефть», павильонов сети «CoffeeLike» (приведены на страницах 4-5 письменных пояснений);

- кроме того, конструкция, фактически размещенная на крышах спорных павильонов, является надувной, быстро возводимой, подвержена как климатическому воздействию (температурным перепадам, различным осадкам, ультрафиолету, ветровой нагрузке), так и зависима от наличия/отсутствия электроэнергии (при отключении электроэнергии компрессор, поддерживающий необходимое давление воздуха внутри, отключается и конструкция полностью сдувается, теряя свою форму). В связи с чем наличие указанной конструкции бесспорно не свидетельствует о внесении изменений во внешний вид павильонов;

- лицо, подавшее возражение, зафиксировало факты, когда павильон, оформленный в соответствии с оспариваемым товарным знаком по свидетельству №1089430, периодически терял элемент в виде красного шара, шар оставался лежать на крыше павильона в сдутом виде (<https://yandex.ru/maps/-/CHw8rLpO>);

- данные обстоятельства свидетельствуют о том, что в любой момент внешний вид павильона по желанию правообладателя может быть изменен.

Правообладателем 21.07.2025 (дубликат от 22.07.2025) были направлены дополнения к отзыву от 23.05.2025, в которых он отмечал следующее:

- правообладатель полагает, что выводы социологического опроса, проведенного лабораторией социологической экспертизы Института социологии ФНИСЦ РАН (приложение №9), не являются достоверными, так как данная организация делает то экспертное заключение, которое по факту желает видеть заказчик (ранее сам же правообладатель обращался в указанное учреждение, где

по факту велись переговоры о проведении аналогичного социологического исследования);

- проанализировав тип вопросов и их последовательность, правообладатель считает, что в социологическом исследовании (приложение №9) использовались наводящие вопросы и тот принцип последовательности, при котором опрашиваемые готовы изменить свои установки, мнения и оценки, чтобы они согласовывались между собой;

- правообладатель приобщает в материалы дела социологическое исследование, проведенное АО «Всероссийский центр изучения общественного мнения» (приложение №10), выводы которого показывают, что на настоящий момент значительная часть респондентов (от 70% и выше) полагает, что оспариваемый товарный знак и противопоставленный товарный знак по свидетельству №799830 на настоящее время используются разными компаниями, при этом, потребители не могли бы перепутать продукцию и магазины под сравниваемыми обозначениями;

- соответственно, правообладатель полагает, что указанный выше социологический опрос (приложение №10) подтверждает отсутствие сходства до степени смешения между оспариваемым товарным знаком и противопоставленным товарным знаком по свидетельству №799830;

- вместе с тем, факт отсутствия сходства до степени смешения сравниваемых обозначений уже был подтвержден судебной коллегией в рамках принятого решения Арбитражного суда Свердловской области от 09.04.2025 по делу №А60-53723/2024 (приложение №11), в котором подлежали сравнению именно товарные знаки лица, подавшего возражение, и правообладателя, рассматриваемые в рамках настоящего дела.

К дополнениям от 21.07.2025 правообладателем были приложены следующие дополнительные материалы:

10. Отчет АО ВЦИОМ от 23.06.2025;

11. Решение Арбитражного суда Свердловской области от 09.04.2025 по делу №А60-53723/2024;

12. Определение Семнадцатого арбитражного апелляционного суда о принятии апелляционной жалобы к производству №17АП-4461/2025-ГК от 24.06.2025 по делу №А60-53723/2024.

Лицом, подавшим возражение, 27.08.2025 были направлены письменные комментарии в ответ на дополнения правообладателя от 21.07.2025, в которых оно указывало следующее:

- представленный правообладателем социологический опрос (приложение №10) касался сравнения оспариваемого товарного знака только с противопоставленным товарным знаком по свидетельству №799830, в то время как в возражении от 27.03.2025 лицо, подавшее возражение, приводило и товарные знаки по свидетельствам №№818420, 1032300, которые образуют серию товарных знаков с обозначением по свидетельству №799830;

- в приобщенном к материалам дела правообладателем социологическом опросе, респондентам демонстрировался товарный знак по свидетельству №799830 не в том виде, как он был зарегистрирован (объемное обозначение), а с его тыльной стороны, в котором отсутствует изобразительный элемент в виде дверного проёма, чтобы минимизировать возможные ассоциативные связи у потребителей;

- кроме того, рассматриваемое социологическое заключение не содержит сведений о проведении выборки потребителей и привязке выбранных товаров к сравниваемым обозначениям;

- соответственно, процесс проведения опроса невозможно признать корректным, а его результаты опроса не дают объективных сведений о мнении респондентов относительно сходства оспариваемого товарного знака с серией противопоставленных товарных знаков по свидетельствам №№818420, 1032300, 799830.

Правообладателем 17.09.2025 (дубликат от 19.09.2025) были направлены письменные пояснения в ответ на комментарии лица, подавшего возражение, от 27.08.2025, в которых он обращал внимание коллегии на следующее:

- правообладатель не отрицает, что представленный им социологический опрос (приложение №10) содержит сравнение оспариваемого товарного знака только с противопоставленным товарным знаком по свидетельству №799830, однако, все приведенные в возражении от 27.03.2025 средства индивидуализации лица, подавшего возражения, связаны своим сходным композиционным построением и образуют серию товарных знаков, ввиду чего выводы указанного социологического исследования можно признать репрезентативными;

- правообладатель указывает, что в приобщенном им социологическом опросе противопоставленное обозначение по свидетельству №799830 выполнено таким образом, как это следует из Государственного реестра товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации;

- вопросы при исследовании ВЦИОМ были поставлены именно в отношении сравнения потребителями обозначений для идентичных товаров и услуг;

- с учетом вышеизложенного, является очевидным, что респонденты в полном объеме, оценивали сравниваемые обозначения и достоверно оценили задаваемые им вопросы и объективно подтвердили отсутствие сходства до степени смешения сравниваемых средств индивидуализации;

- правообладатель обращает внимание коллегии на то, что ранее в Палате по патентным спорам рассматривалось возражение, поданное ООО «КРАСНОЯРСКИЙ ФЕЙЕРВЕРК» против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №799830, в том числе, по основаниям его несоответствия положениям подпункта 3 пункта 9 статьи 1483 Кодекса, а именно его сходству до степени смешения с патентом по промышленному образцу №№111204;

- решением Роспатента от 19.12.2023 было установлено, что товарный знак по свидетельству №799830, содержащий в себе изобразительный элемент в виде коробки, и противопоставленный ему патент по промышленному образцу №№111204, содержащий в себе изображение павильона, не являются сходными до степени смешения (приложение №13);

- вышеуказанное решение Роспатента от 19.12.2023 применимо и к рассмотрению настоящего возражения, так как оспариваемый товарный знак также содержит в себе изобразительный элемент в виде павильона, следовательно, не является сходным до степени смешения с противопоставленными средствами индивидуализации по свидетельствам №№818420, 1032300, 799830, включающих в свой состав изобразительные элементы в виде коробок.

К письменным пояснениям от 17.09.2025 правообладателем были приложены следующие дополнительные материалы:

13. Решение Палаты по патентным спорам по делу №2022В01701;
14. Публикация о регистрации товарного знака по свидетельству №799830;
15. Информация с сайта ФИПС о товарном знаке по свидетельству №799830.

Лицом, подавшим возражение, 05.12.2025 были направлены дополнительные письменные доводы против предоставления правовой охраны оспариваемому товарному знаку, которые заключались в следующем:

- лицо, подавшее возражение, считает необходимым дополнить своё возражение основанием по пункту 1 статьи 1483 Кодекса;

- лицо, подавшее возражение, полагает, что в состав оспариваемой регистрации входит изображение коробки/ящика, при этом, данные объекты используются в качестве вместилища для чего-либо, включая пиротехнические товары;

- судебные решения также подтверждают, что павильоны правообладателя, представляют собой павильоны в виде объемного изображения «ящика/коробки с фейерверками» (приложения №№3, 4, 16, 17);

- как разъясняется в Рекомендациях Роспатента №393, к объемным обозначениям относятся трехмерные объекты, фигуры и композиции линий, фигур. На практике в качестве объемных обозначений подаются на регистрацию товарные знаки, представляющие собой форму товара, частей товара или упаковки товара. Например, в качестве объемных обозначений подаются на регистрацию оригинальные формы мыла, шоколада, бутылок, флаконов, коробок;

- трехмерные объекты, форма которых обусловлена исключительно функциональным назначением, отнесены к тем обозначениям, которые могут быть признаны не обладающими различительной способностью. Соответственно, при оценке различительной способности объемных обозначений вопрос о том, в результате чего возникла форма обозначения - обусловлена ли она только функциональным назначением или является также следствием оригинального исполнения, придающего обозначению различительную способность, является основным. Оригинальность формы объемного обозначения, обладающего различительной способностью, ясно различима и воспринимается как товарный знак;

- объемные обозначения могут иметь также форму упаковки или емкости, в которой реализуется товар;

- общим является следующий подход. Если форма обозначения определяется исключительно или главным образом функциональностью, является традиционной и безальтернативной для изделий такого же назначения, обозначение нецелесообразно признавать обладающим различительной способностью;

- на странице 6 дополнительных письменных доводов, лицом, подавшим возражение, приводятся примеры деревянных ящичков, изображения которых взяты из сети Интернет<sup>1</sup> (приложение №18);

- соответственно, если оценивать внешний вид оспариваемого товарного знака с позиции рядового потребителя, то он представляет собой павильон, стилизованный под деревянный ящик, которому присущи все элементы, характерные для традиционных деревянных ящичков, и такие элементы обусловлены исключительно его функциональным назначением, обеспечивая возможность хранения и транспортировки товаров, в том числе, пиротехнических материалов (аналогичная правовая позиция отражена в решении Суда по

---

<sup>1</sup> <https://petsreview.ru/derevyannye-yashchiki-dlya-ryby>,  
[https://glavsnab.com/catalog/sadovye\\_i\\_sezonnnye\\_tovary/yashchik\\_derevyannyj\\_sadovyy\\_3\\_shtuki](https://glavsnab.com/catalog/sadovye_i_sezonnnye_tovary/yashchik_derevyannyj_sadovyy_3_shtuki),  
<https://www.livemaster.ru/item/23914179-dlya-doma-i-interera-yaschik-derevyannyj-s-ruchkami-v-stile-l>

интеллектуальным правам от 23.10.2019 по делу №СИП-442/2019 - приложение №19);

- лицо, подавшее возражение, просит коллегия учитывать, что в принадлежащих ему товарных знаках по свидетельствам №№818420, 1032300, 799830 их изобразительные элементы в виде коробок были выведены из правовой охраны (приложение №22) для всех зарегистрированных товаров и услуг 13, 35 классов МКТУ, так как форма коробки обусловлена ее функциональным назначением (а именно - упаковка для товаров) и является традиционной;

- таким образом, сам по себе изобразительный элемент оспариваемого товарного знака в виде «ящика/коробки» является неохраняемым на основании положений подпункта 4 пункта 1 статьи 1483 Кодекса и предоставление ему правовой охраны не соответствует закону.

К дополнительным письменным доводам 05.12.2025 против предоставления правовой охраны оспариваемому товарному знаку лицом, подавшим возражение, были приложены следующие материалы:

16. Решение Арбитражного суда Свердловской области от 09.02.2022 по делу №А60-53622/2021;
17. Постановление Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 14.04.2025 по делу №А60-53623/2021;
18. Источники из сети Интернет;
19. Решение Суда по интеллектуальным правам от 23.10.2019 по делу №СИП-442/2019;
20. Заключение исследований патентного поверенного Разумовой Л.А. от 24.09.2021 из материалов дела №А60–53622/2021;
21. Заключение исследований патентного поверенного Разумовой Л.А. от 24.09.2021 из материалов дела №А60-53623/2021;
22. Решения Роспатента о регистрации товарных знаков по свидетельствам №№818420, 1032300, 799830.

Лицом, подавшим возражение, 11.12.2025 были направлены дополнительные объяснения к возражению от 27.03.2025, которые сводились к следующему:

- лицо, подавшее возражение, оспаривает предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1089430 на основании его нарушения положений пунктов 1 (4), 6, 10 Кодекса;

- при зрительном восприятии сравниваемых обозначений у среднего российского потребителя может сложиться впечатление об их сходстве и ассоциации друг с другом, как единой серии товарных знаков, а, следовательно, и сети магазинов по продаже пиротехнической продукции;

- вступившими в законную силу судебными актами по делам №А60-53622/2021 (приложение №16) и №А60-53623/2021 (приложение №3) было установлено, что павильоны правообладателя и товарные знаки лица, подавшего возражение, по свидетельствам №№818420, 1032300 являются сходными до степени смешения;

- Суды обратили внимание на то, что сходство этих обозначений заключается именно в сходстве общей формы сравниваемых объектов (ящика/коробки), включая стилизованные части в виде трубочек с наконечниками и полосками в виде винтовых линий в различной цветовой гамме. Несмотря на отдельные отличия, в сравниваемых обозначениях присутствует сходство до степени смешения по причине существенного и значимого сходства доминирующих изобразительных элементов;

- аналогичные выводы содержатся и в заключениях патентного поверенного Разумовой Л.А., которые были представлены в материалы указанных выше судебных дел (приложения №№20, 21).

К дополнительным объяснениям от 11.12.2025 лицом, подавшим возражение, были приложены следующие материалы:

23. Изображение коллажа.

Правообладателем 24.12.2025 были направлены письменные контраргументы в ответ на дополнительные письменные доводы лица, подавшего возражения, от 05.12.2025, в которых он отмечал следующее:

- правообладатель приобщает к материалам дела Постановление Семнадцатого арбитражного апелляционного суда №17АП-4461/2025-ГК от

22.12.2025 по делу №А60-53723/2024 (приложение №24), в соответствии с которым суды первой и апелляционной инстанции сделали вывод, что сравниваемые товарные знаки по свидетельствам №1089430 и №799830 не являются сходными до степени смешения и угроза смешения отсутствует, о чем детально прописано в решении Арбитражного суда Свердловской области от 09.04.2025 по делу №А60-53723/2024 (приложение №11);

- так, решением Арбитражного суда Свердловской области от 09.04.2025 по делу №А60-53723/2024 было установлено, что «сравниваемые обозначения производят разное общее зрительное впечатление, характеризуются разными сильными элементами, в связи с этим не являются сходными до степени смешения» (приложение №11);

- доводы лица, подавшего возражение, о несоответствии изобразительного элемента в виде павильона оспариваемого товарного знака положениям подпункта 4 пункта 1 статьи 1483 Кодекса основаны на предположениях и противоречат правоприменительной практике регистрации обозначений, включающих в свой состав изображения оригинальных павильонов (товарные


знаки «», «» по свидетельствам №№405065, 781020).

К письменным контраргументам от 24.12.2025 правообладателем были приложены дополнительные материалы, а именно:

24. Постановление Семнадцатого арбитражного апелляционного суда №17АП-4461/2025-ГК от 22.12.2025 по делу №А60-53723/2024.

Правообладателем 21.01.2026 были направлены итоговые письменные комментарии по мотивам поступивших от лица, подавшего возражения, письменных позиций, в которых он указывал следующее:



- в оспариваемом товарном знаке «», выполненном в оригинальной графической форме, содержится три столба, одна плоскость с левой стороны стеклянного цвета с красной плашкой с фонариками сверху, вторая - коричнево-красная плоскость оригинальной формы в центральной части, то есть в оспариваемом обозначении присутствует исключительно только две вертикальные плоскости с тремя столбами, что ассоциируется, например, с крепостью, площадкой для старта ракет;

- таким образом, из-за оригинальности оспариваемого средства индивидуализации, среднему российскому потребителю приходится домысливать через ассоциации, какая смысловая нагрузка содержится в данном обозначении, но при этом, оно определенно не может ассоциироваться с «ящиком/коробкой»;

- в оспариваемом товарном знаке отсутствует какое-либо изображение «ящика/коробки», так как не бывает «ящика/коробки» с двумя стенками, не бывает «ящика/коробки» с лампочками, равно как и не бывает «ящиков/коробок» с выпирающими по краям плоскостей прямоугольными столбами;

- «ящики / коробки» по своему прямому функционалу должны закрываться крышкой, а крышка на выпирающие столбы никак не может быть положена, чтобы по функционалу выполнять функцию закрывания верхней части;

- кроме того, оспариваемое обозначение содержит стилизованное объемное изображение большой шарообразной бомбы с фитилем, с глазами и большой улыбкой, при этом данное изображение бомбы с глазами и большой улыбкой с большой вероятностью может ассоциироваться с головой, а вся нижняя часть может ассоциироваться с телом фантазийного существа, так как композиционно данные элементы связаны и неотделимы друг от друга;



- правообладатель ссылается на примеры товарных знаков «»,



«Т Е П Л И Ч Н Ы Й» по свидетельствам №№1153109, 409512, которые «построены» по такому же принципу;

- согласно официальному описанию товарного знака по свидетельству №1089430, в нём отсутствует изображение «ящика/коробки», что подтверждается материалами делопроизводства по регистрации товарного знака и внешним видом товарного знака в целом.

На заседании коллегии 26.01.2026 лицом, подавшим возражение, были приобщены в материалы дополнительные источники из сети Интернет с изображениями ящиков (приложение №25).

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

С учетом даты приоритета (29.12.2024) оспариваемого товарного знака по свидетельству №1089430 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 года №482 (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 пунктом 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 оно 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. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 настоящих Правил.

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.

В соответствии с положениями пункта 43 Правил изобразительные и объемные обозначения сравниваются с изобразительными, объемными и комбинированными обозначениями, в композиции которых входят изобразительные и объемные элементы.

Сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков:

- 1) внешняя форма;
- 2) наличие или отсутствие симметрии;
- 3) смысловое значение;

4) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное);

5) сочетание цветов и тонов.

Признаки, указанные в пункте 43 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с пунктом 10 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении однородных товаров обозначения, элементами которых являются охраняемые в соответствии с Кодексом средства индивидуализации других лиц, сходные с ними до степени смешения обозначения, а также объекты, указанные в пункте 9 статьи 1483 Кодекса.


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).


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



Оспариваемый товарный знак «» по свидетельству №1089430 состоит из изобразительного элемента в виде павильона в форме ящика, на левой стороне которого изображены дверь, окно и лампочки, из изобразительных элементов в виде трубочек с наконечниками, а также из изобразительного элемента в виде шарообразной бомбы с фитилем, с глазами и большой улыбкой. Правовая охрана предоставлена в отношении товаров и услуг 13, 35 классов МКТУ.

В качестве оснований для признания недействительным предоставления






правовой охраны товарному знаку «» по свидетельству №1089430 лицом, подавшим возражение, указывается несоответствие произведенной регистрации требованиям пунктов 1 (4), 6, 10 статьи 1483 Кодекса (на основании возражения от 27.03.2025 и с учётом дополнений лица, подавшего возражения, от 05.12.2025).

Законодательство не конкретизирует понятие «заинтересованное лицо», поэтому таковым может быть признано любое лицо, обосновавшее наличие фактического интереса в признании недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку.

Заинтересованность следует устанавливать в каждом конкретном случае применительно к конкретным основаниям оспаривания предоставления правовой охраны товарному знаку и к тем мотивам, по которым подается возражение.

Лицо, подавшее возражение, является правообладателем исключительных



прав на товарные знаки «», «», «» по свидетельствам №№818420, 1032300, 799830 с более ранними датами приоритета,


которые, по его мнению, являются сходными до степени смешения с оспариваемым товарным знаком по свидетельству №1089430 и зарегистрированы в отношении однородных товаров и услуг 13, 35 классов МКТУ.

Кроме того, как поясняло лицо, подавшее возражение, в его товарных знаках изобразительные элементы в виде коробок признаны Роспатентом неохраняемыми (приложение №22), а в оспариваемом товарном знаке изобразительный элемент в виде ящика не выведен из правовой охраны, что создает некую правовую неопределенность в отношении статуса элементов, прямо указывающих на форму товара.

Таким образом, индивидуальный предприниматель Метёлкиным Д.Ю. признан заинтересованным лицом в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1089430 по основаниям пунктов 1 (4), 6, 10 статьи 1483 Кодекса.

При анализе оспариваемого товарного знака на предмет несоответствия требованиям подпункта 4 пункта 1 статьи 1483 Кодекса коллегией было установлено следующее.



В состав оспариваемого товарного знака «» входит изобразительный элемент в виде павильона, из которого торчат трубочки с наконечниками. При этом, исследуемый изобразительный элемент, несмотря на оригинальность его проработки и наличия в нём иных изобразительных элементов, а именно, двери, окна, лампочек, воспринимается скорее как ящик, а не как павильон, так как из последнего не могут торчать какие-либо объекты (подобное нарушало бы условия эксплуатации такого здания).

Лицом, подавшим возражение, были представлены в материалы дела фотографии различных ящиков (приложения №№18, 25), внешний вид которых схож с нижней частью оспариваемого товарного знака.

Соответственно, если оценивать внешний вид исследуемого изобразительного элемента оспариваемого товарного знака с позиции рядового потребителя, то он представляет собой павильон, стилизованный под деревянный ящик, которому присущи все элементы, характерные для традиционных деревянных ящиков, и такие элементы обусловлены исключительно его функциональным назначением, обеспечивая возможность хранения и транспортировки товаров, в том числе, пиротехнических материалов.

При этом, ящики предназначены для хранения любых твердых предметов, к которым относятся оспариваемые товары 13 класса МКТУ, представляющие собой различные средства вооружения, их детали и комплектующие, боеприпасы, устройства взрывательные и их элементы, вещества взрывчатые и самовоспламеняющиеся, средства сигнальные пиротехнические, фейерверки, следовательно, для всех оспариваемых товаров 13 класса МКТУ изобразительный элемент в виде ящика будет указывать на их форму. Между тем, у ящиков нет другого функционального назначения, кроме как хранения различных предметов.

Вместе с тем, по отношению к услугам по продвижению названных товаров 13 класса МКТУ, а также к иным видам услуг 35 класса МКТУ оспариваемого обозначения, относящихся к организации и ведению бизнеса, изобразительный элемент в виде ящика будет также указывать на их форму, а именно на то, что они осуществляются при помощи хранения оспариваемых товаров 13 класса МКТУ.

В связи с вышеизложенным, довод лица, подавшего возражения, о неохраноспособности изобразительного элемента в виде ящика оспариваемого товарного знака является правомерным, следовательно, он должен быть выведен из правовой охраны на основании положений подпункта 4 пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

При рассмотрении данного основания для оспаривания правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1089430, коллегией было учтено, что в

товарных знаках «», «», «» по

свидетельствам №№818420, 1032300, 799830 лица, подавшего возражение, изобразительные элементы в виде коробок были выведены из правовой охраны (приложение №22). При этом, последующая практика Роспатента также

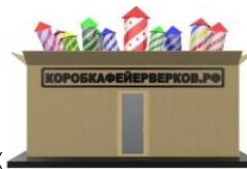


придерживалась данного принципа - в обозначениях «



» по свидетельствам №№1051504, 1005606 их изобразительные элементы в виде павильонов, напоминающих ящики, были выведены из правовой охраны, что позволило Роспатенту зарегистрировать их, несмотря на существование обозначений по свидетельствам №№818420, 1032300, 799830 (с учётом различного зрительного впечатления).

При анализе оспариваемого товарного знака на предмет несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса коллегией было установлено следующее.



Противопоставленные товарные знаки «



» по свидетельствам №№818420 [1], 1032300 [2], 799830 [3] представляют собой серию товарных знаков, состоящих из изобразительных элементов в виде коробок с открытым верхом, из торчащих вверх трубочек с наконечниками, и из различных неохраемых словесных элементов, символов, цифр, которые не оказывают существенного влияния при сравнении названных средств индивидуализации с оспариваемым товарным знаком. Правовая охрана предоставлена в отношении товаров и услуг 13, 35 классов МКТУ.

При сопоставительном анализе оспариваемого обозначения и противопоставлений [1-3] установлено, что сравниваемые обозначения совпадают

только верхними частями в виде трубочек с наконечниками, однако, данного совпадения недостаточно для вывода об их сходстве.

Коллегия полагает, что противопоставленные друг другу товарные знаки производят различное зрительное впечатление, так как в них отсутствует симметрия, их изобразительные элементы различаются цветом и размером, при этом, в состав оспариваемого товарного знака также входит изобразительный элемент в виде изобразительного элемента в виде шарообразной бомбы с фитилем, с глазами и большой улыбкой, который отсутствует в противопоставлениях [1-3] и обращает внимание потребителей на себя.

Кроме того, различаются и неохраноспособные изобразительные элементы сравниваемых обозначений. Так, изобразительный элемент в виде ящика, оспариваемой регистрации, на его левой стороне содержит изобразительные элементы в виде стилизованных дверей, окна, лампочек, совокупность которых отсутствует в противопоставленных средствах индивидуализации [1-3].

Для определения сходства сопоставляемые обозначения должны рассматриваться в целом. Вывод о сходстве обозначений должен быть основан на производимом ими общем впечатлении, которое формируется в зависимости от вида обозначений, за счет формы и цвета, а также доминирующих словесных или изобразительных элементов, например, в комбинированном обозначении.

С учётом всего вышесказанного, коллегия приходит к выводу о том, что оспариваемый товарный знак и противопоставленные товарные знаки производят различное общее зрительное впечатление [1-3], а, следовательно, не являются сходными до степени смешения.

Анализ однородности товаров и услуг 13, 35 классов МКТУ, в отношении которых предоставлена правовая охрана оспариваемому товарному знаку по свидетельству №1089430, с товарами и услугами 13, 35 классов МКТУ противопоставленных товарных знаков [1-3], показал следующее.

Товары 13 класса МКТУ «ацетилнитроцеллюлоза; вещества взрывчатые; вещества взрывчатые на основе нитрата аммония; вещества самовоспламеняющиеся; взрыватели; взрыватели для мин; детонаторы; динамит;

капсюли-детонаторы, за исключением игрушек; огни бенгальские; петарды; пироксилин; пистолеты сигнальные; порох; порох черный; ракеты сигнальные; свечи запальные; сигнализаторы взрывные, применяемые при тумане; сигналы спасательные, взрывные или пиротехнические; средства пиротехнические; фитили запальные; шнуры запальные; вещества взрывчатые (для фейерверков); взрыватели (для фейерверков); детонаторы (для фейерверков); капсюли-детонаторы (за исключением игрушек, для фейерверков); огни бенгальские (для фейерверков); петарды (для фейерверков); пироксилин (для фейерверков); ракетницы (для фейерверков); ракеты сигнальные (для фейерверков); свечи запальные (для фейерверков); сигнализаторы взрывные, применяемые при тумане (для фейерверков); средства пиротехнические (для фейерверков); труты (фитили) (для фейерверков); фитили запальные (для фейерверков); фейерверки; шнуры запальные (для фейерверков)» оспариваемого товарного знака являются однородными товарам 13 класса МКТУ «вещества взрывчатые; взрыватели; детонаторы; капсюли-детонаторы; огни бенгальские; петарды; пироксилин; ракетницы; ракеты сигнальные; свечи запальные; сигнализаторы взрывные, применяемые при тумане; средства пиротехнические; фитили запальные; фейерверки; шнуры запальные; вещества взрывчатые (для фейерверков); взрыватели (для фейерверков); детонаторы (для фейерверков); капсюли-детонаторы (за исключением игрушек, для фейерверков); огни бенгальские (для фейерверков); петарды (для фейерверков); пироксилин (для фейерверков); ракетницы (для фейерверков); ракеты сигнальные (для фейерверков); свечи запальные (для фейерверков); сигнализаторы взрывные, применяемые при тумане (для фейерверков); средства пиротехнические (для фейерверков); труты (фитили) (для фейерверков); фитили запальные (для фейерверков); фейерверки; шнуры запальные (для фейерверков)» противопоставлений [1-3], так как сравниваемые товары относятся к веществам взрывчатым и самовоспламеняющимся, к устройствам взрывательным и к их элементам, а также к средствам сигнальным пиротехническим, фейерверкам, имеют одно назначение, сферу применения и круг потребителей.

Товары 13 класса МКТУ «боеприпасы; боеприпасы для огнестрельного оружия; винтовки; гарпуны для гарпунных ружей; гильзы патронные; глушители для оружия; гранаты ручные; дробь охотничья; зеркала прицельные для огнестрельного оружия; казенники огнестрельного оружия; карабины; курки для оружия; лафеты [артиллерия]; ленты патронные для автоматического оружия; ложи ружейные; минометы [оружие огнестрельное]; мины [боеприпасы]; опоры орудийные; орудия артиллерийские [пушки]; орудия самоходные; оружие огнестрельное; оружие огнестрельное охотничье; оружие ручное [огнестрельное]; оружие со слезоточивым газом; патронташи; патроны; патроны разрывные; пистолеты [оружие]; пистолеты пневматические [оружие]; пистолеты стартовые; пороховницы; портупей для оружия; прицелы для артиллерийских орудий, за исключением оптических; прицелы для огнестрельного оружия, за исключением оптических; пулеметы; пушки; револьверы; ремни, предназначенные для боеприпасов; ружья [вооружение]; ружья гарпунные; скобы предохранительные спусковых крючков для огнестрельного оружия; снаряды [оружие]; снаряды артиллерийские; снаряды баллистические; снаряды реактивные [пули]; спрей для личной защиты; стволы оружейные; танки; торпеды; установки ракетные; устройства для заряжания патронами; устройства для наполнения патронташей; футляры для оружия; цапфы тяжелых орудий; щетки для чистки каналов ствола огнестрельного оружия» оспариваемого товарного знака не являются однородными товарам 13 класса МКТУ «вещества взрывчатые; взрыватели; детонаторы; капсули-детонаторы; огни бенгальские; петарды; пироксилин; ракетницы; ракеты сигнальные; свечи запальные; сигнализаторы взрывные, применяемые при тумане; средства пиротехнические; фитили запальные; фейерверки; шнуры запальные; вещества взрывчатые (для фейерверков); взрыватели (для фейерверков); детонаторы (для фейерверков); капсули-детонаторы (за исключением игрушек, для фейерверков); огни бенгальские (для фейерверков); петарды (для фейерверков); пироксилин (для фейерверков); ракетницы (для фейерверков); ракеты сигнальные (для фейерверков); свечи запальные (для фейерверков); сигнализаторы взрывные, применяемые при тумане

(для фейерверков); средства пиротехнические (для фейерверков); труты (фитили) (для фейерверков); фитили запальные (для фейерверков); фейерверки; шнуры запальные (для фейерверков)» противопоставлений [1-3], поскольку указанные товары 13 класса МКТУ оспариваемого обозначения относятся к средствам вооружения, к их деталям, комплектующим и специальным принадлежностям, а также к боеприпасам, в то время как товары 13 класса МКТУ противопоставленных средств индивидуализации относятся к веществам взрывчатым и самовоспламеняющимся, к устройствам взрывательным и к их элементам, а также к средствам сигнальным пиротехническим, фейерверкам, то есть сравниваемые товары различаются по назначению, сфере применения и кругу потребителей.

Услуги 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; администрирование программ лояльности потребителей; аренда кассовых аппаратов; аренда площадей для размещения рекламы; аренда рекламного времени в средствах массовой информации; аренда рекламных материалов; аренда рекламных щитов; аренда торговых автоматов; аренда торговых стендов; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; веб-индексация в коммерческих или рекламных целях; ведение автоматизированных баз данных; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; 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 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 влияния; маркетинг посредством размещения продукции для третьих лиц в виртуальной среде; маркетинг целевой; написание рекламных текстов;

написание текстов рекламных сценариев; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; онлайн-сервисы по розничной торговле загружаемой виртуальной одеждой; 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 и проведение коммерческих мероприятий; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск клиентов для третьих лиц; поиск партнеров для бизнеса; поиск спонсоров; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление информации телефонных справочников; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок для покупателей и продавцов загружаемых файлов цифровых изображений, аутентифицированных с помощью невзаимозаменяемых токенов [nfts]; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление электронных торговых площадок для покупателей и продавцов товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; пресс-службы; проведение аукционов; прогнозирование экономическое; продвижение продаж для третьих

лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; разработка стратегий организации бизнеса, связанных с корпоративной социальной ответственностью; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама с оплатой за клик; 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 корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; согласование деловых контрактов для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; управление бизнесом артистов; управление бизнесом временное; управление бизнесом спортсменов; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; 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 компьютеризированное медицинскими картами и файлами; управление программами часто путешествующих; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги агентства по коммерческой информации; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги коммерческого лоббирования; услуги коммерческого посредничества; услуги конкурентной разведки; услуги консультационные для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги лидогенерации; услуги манекенщиков для рекламы или продвижения товаров; услуги онлайн-

заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по вырезке новостей; услуги по исследованию рынка; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по розничной торговле, связанные с загружаемыми файлами цифровых изображений, аутентифицированных с помощью невзаимозаменяемых токенов [nfts]; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги рекламных агентств; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телемаркетинга; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса; продажи, оптовые продажи, розничные продажи, продажи через интернет, продвижение товаров, продвижение товаров и услуг третьих лиц; услуги магазинов; услуги маркетплейсов; продажи через маркетплейсы» оспариваемого товарного знака являются однородными услугам 35 класса МКТУ «демонстрация товаров, а именно товаров 13 класса; изучение общественного мнения, а именно в отношении товаров 13 класса; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг, а именно в отношении товаров 13 класса; организация выставок в коммерческих или рекламных целях, а именно в отношении товаров 13 класса; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях, а именно в отношении товаров 13 класса; предоставление деловой информации через веб-сайты, а именно в отношении товаров 13 класса; предоставление перечня веб-сайтов с

коммерческой или рекламной целью, а именно в отношении товаров 13 класса; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц, а именно в отношении товаров 13 класса; управление потребительской лояльностью, а именно в отношении товаров 13 класса; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж, а именно в отношении товаров 13 класса; услуги по сравнению цен, а именно в отношении товаров 13 класса; услуги субподрядные [коммерческая помощь], а именно в отношении товаров 13 класса; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация и советы коммерческим потребителям в области выбора товаров и услуг; маркетинг; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по сравнению цен; услуги субподрядные [коммерческая помощь]» противопоставленных товарных знаков [1-3], так как сравниваемые услуги относятся к услугам в области рекламы, к услугам по продвижению товаров, к услугам по исследованию рынка и общественного мнения, к услугам в сфере бизнеса, к услугам информационно-справочным, а также к услугам посредническим, имеют одно назначение, сферу применения и круг потребителей.

Услуги 35 класса МКТУ «анализ себестоимости; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда офисного оборудования и аппаратов; аренда фотокопировального оборудования; аудит коммерческий; аудит финансовый; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; запись сообщений [канцелярия]; комплектование штата сотрудников; консультации по управлению

персоналом; написание резюме для третьих лиц; обработка текста; подготовка платежных документов; регистрация данных и письменных сообщений; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление деятельностью внештатных сотрудников; услуги агентства по трудоустройству; услуги машинописные; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги секретарские; услуги стенографистов; услуги фотокопирования» оспариваемого товарного знака не являются однородными услугам 35 класса МКТУ «демонстрация товаров, а именно товаров 13 класса; изучение общественного мнения, а именно в отношении товаров 13 класса; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг, а именно в отношении товаров 13 класса; организация выставок в коммерческих или рекламных целях, а именно в отношении товаров 13 класса; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях, а именно в отношении товаров 13 класса; предоставление деловой информации через веб-сайты, а именно в отношении товаров 13 класса; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью, а именно в отношении товаров 13 класса; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц, а именно в отношении товаров 13 класса; управление потребительской лояльностью, а именно в отношении товаров 13 класса; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж, а именно в отношении товаров 13 класса; услуги по сравнению цен, а именно в отношении товаров 13 класса; услуги субподрядные [коммерческая помощь], а именно в отношении товаров 13 класса; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; маркетинг; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление места для

онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по сравнению цен; услуги субподрядные [коммерческая помощь]» противопоставлений [1-3], поскольку указанные услуги 35 класса МКТУ оспариваемого обозначения относятся к услугам конторским и секретарским, к услугам в области бухгалтерского учёта, к услугам кадровым, а также к услугам по прокату офисного оборудования, в то время как услуги 35 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков [1-3] относятся к услугам в области рекламы, к услугам по продвижению товаров, к услугам по исследованию рынка и общественного мнения, к услугам в сфере бизнеса, к услугам информационно-справочным, а также к услугам посредническим, то есть сравниваемые услуги различаются по назначению, сфере применения и круг потребителей.

Соответственно, проведенный анализ однородности товаров и услуг 13, 35 классов МКТУ показал, что в них есть часть однородных товаров и услуг 13, 35 классов МКТУ (приведены по тексту заключения выше), однако, ввиду установленного выше несходства оспариваемого обозначения и противопоставленных товарных знаков [1-3], коллегия отмечает, что их товары и услуги 13, 35 классов МКТУ не будут смешиваться в гражданском обороте.

С учетом изложенного, довод лица, подавшего возражение, о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №1089430 противоречит требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, следует признать неубедительным.

Дополнительно, выводы коллегии о несходстве сравниваемых средств индивидуализации подтверждаются, в какой-то степени, решением Арбитражного суда Свердловской области от 09.04.2025 по делу №А60-53723/2024 (приложение №11), в котором проводился анализ павильона Вагнера А.С., выполненного в

точности в соответствии с оспариваемым товарным знаком, и противопоставленного товарного знака по свидетельству №799830 [3]. В частности, судебная коллегия установила, что «сравниваемые обозначения производят разное общее зрительное впечатление, характеризуются разными сильными элементами, в связи с этим не являются сходными до степени смешения». Коллегия дополнительно отмечает, что данное решение было оставлено в силе Постановлением Семнадцатого арбитражного апелляционного суда №17АП-4461/2025-ГК от 22.12.2025 по делу №А60-53723/2024 (приложение №24) и Постановлением Суда по интеллектуальным правам от 25.03.2026 по делу №А60-53723/2024<sup>2</sup>.

В отношении судебных дел, на которые ссылалось лицо, подавшее возражение (приложения №№3, 4, 16, 17), коллегия сообщает, что в данных спорах исследовалось сходство до степени смешения предыдущего павильона Вагнера А.С. (без шара в виде бомбочки с улыбкой и глазами) и противопоставленных товарных знаков [1-3], ввиду чего для рассмотрения настоящего возражения выводы тех судов не являются релевантными (оценка оспариваемого товарного знака на предмет его соответствия положениям пункта 6 статьи 1483 Кодекса производится в том виде, как оно было заявлено на регистрацию, с учётом всех его изобразительных элементов).

Что касается доводов лица, подавшего возражения о том, что «оно зафиксировало факты, когда павильон, оформленный в соответствии с оспариваемым товарным знаком по свидетельству №1089430, периодически терял элемент в виде красного шара, шар оставался лежать на крыше павильона в сдутом виде (<https://yandex.ru/maps/-/CHw8rLpO>)», коллегия указывает, что вопрос использования товарных знаков в гражданском обороте в настоящем возражении не исследуется. Коллегия оценивает сравниваемые обозначения в том виде, как они зарегистрированы.

Лицом, подавшим возражение, также прикладывались к материалам дела заключения исследований патентного поверенного Разумовой Л.А. (приложения

---

<sup>2</sup> [https://kad.arbitr.ru/Document/Pdf/d26ff7a8-e2b3-4e49-b5d6-144f1113ee96/5535b3d8-ca03-4328-9357-9acf2046f21b/A60-53723-2024\\_20260325\\_Reshenija\\_i\\_postanovlenija.pdf?isAddStamp=True](https://kad.arbitr.ru/Document/Pdf/d26ff7a8-e2b3-4e49-b5d6-144f1113ee96/5535b3d8-ca03-4328-9357-9acf2046f21b/A60-53723-2024_20260325_Reshenija_i_postanovlenija.pdf?isAddStamp=True)

№№6, 20, 21) о сходстве до степени смешения сравниваемых обозначений, при этом, данные документы представляют собой мнение одного частного лица, которое не может быть положено в основу вывода о том, что противопоставленные друг другу средства индивидуализации являются сходными до степени смешения.

Касаемо представленного лицом, подавшим возражение, социологического опроса (приложение №9), коллегия указывает, что оно содержит в себе ряд нарушений положений, установленных Информационной справкой о выявленной методологии оценки судами результатов опроса мнения потребителей в спорах о защите товарных знаков, утвержденной Постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 18.08.2022 №СП-21/15, а именно: 1) выборка касалась только потребителей фейерверков, в то время как правовая охрана оспариваемого товарного знака оспаривается в полном объеме; 2) вопросы и ответы не содержали ретроспективных дат; 3) отсутствие открытых вопросов; 4) построение порядка следования друг за другом вопросов таким образом, чтоб подталкивать респондентов к «правильному» ответу.

Соответственно, указанное социологическое исследование не может быть положено в основу выводов о том, что сравниваемые обозначения являются сходными до степени смешения.

Кроме того, правообладателем оспариваемого товарного знака также был приобщен в материалы дела социологический опрос (приложение №10), который тоже содержит ошибки в выборке респондентов и не содержит ретроспективные данные, при этом, его выводы полностью противоположны итогам социологического исследования лица, подавшего возражения (приложение №9).

Таким образом, коллегия критически оценивает в целом представленные лицами, участвующими в деле, социологические исследования (приложения №№9, 10), поскольку их выводы противоречат друг другу при сходном предмете и одинаковых задачах соответствующих научно-социологических исследований.

В отношении приведенной лицом, подавшим возражение, судебной практики и практики Палаты по патентным спорам (приложения №№8, 19), коллегия

сообщает, что указанная практика касается иных обозначений, делопроизводство по которым велось самостоятельным независимым порядком, не имеющим отношения к делопроизводству по рассматриваемому возражению.

При анализе оспариваемого товарного знака на предмет несоответствия требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса коллегией было установлено следующее.

Положение пункта 10 статьи 1483 Кодекса, по общему правилу, может быть применено к товарному знаку, представляющему собой обозначение, которое состоит из отдельных фрагментов, и один из фрагментов представляет собой товарный знак другого лица. При этом самостоятельность данной нормы обусловлена тем, что такой фрагмент (элемент), присутствуя в композиции, не является доминирующим и не выполняет основную индивидуализирующую функцию товарного знака (например, расположен в угловой части этикетки и по своему пространственному положению не является существенным в композиции всего комбинированного обозначения). Иными словами, действие нормы направлено на недопущение нарушений прав третьих лиц тогда, когда факт нарушения не вызывает сомнения, а нормы пунктов 6, 8, 9 статьи 1483 Кодекса к рассматриваемой ситуации не применимы в силу незначительной роли таких спорных элементов.

Коллегия указывает, что изобразительные элементы в виде трубочек противопоставлений [1-3] действительно присутствуют в оспариваемом товарном знаке, однако, указанного недостаточно для вывода о несоответствии оспариваемой регистрации положениям пункта 10 статьи 1483 Кодекса. Так, сравниваемые обозначения представляют собой цельные композиционно проработанные решения, ввиду чего сравнивать их только по указанным элементам было бы методологически неверно. Кроме того, данные элементы в составе оспариваемого товарного знака являются одними из индивидуализирующих его элементов, наряду с изобразительным элементом в виде шарообразной бомбы с фитилем, с глазами и большой улыбкой (при условии неохраноспособности его изобразительного элемента в виде ящика).

С учетом изложенного, довод лица, подавшего возражение, о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №1089430 противоречит требованиям пункта 10 статьи 1483 Кодекса, следует признать неубедительным.

Коллегия дополнительно указывает, что на заседаниях коллегии от 19.09.2025 и от 27.02.2026 лицо, подавшее возражение, высказывало позицию о том, что действия правообладателя по регистрации оспариваемого товарного знака являются злоупотреблением правом, а правообладатель, в свою очередь, говорил о том, что действия лица, по подаче настоящего возражения являются актом недобросовестной конкуренции. Коллегия принимает к сведению данные доводы сторон рассматриваемого спора и обращает их внимание на то, что установление факта недобросовестной конкуренции или факта злоупотреблением права при рассмотрении возражений против предоставления правовой охраны товарному знаку не относится к компетенции федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности. Следовательно, оснований для анализа поступившего возражения на предмет его соответствия требованиям статьи 10 Кодекса или законодательству о защите конкуренции у коллегии не имеется.

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

**удовлетворить возражение, поступившее 27.03.2025, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1089430 недействительным частично, а именно исключить из правовой охраны изобразительный элемент в виде ящика.**