

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела возражение, поступившее 11.06.2025, поданное Обществом с ограниченной ответственностью «ЯНДЕКС», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2024715385 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке № 2024715385, поданной 15.02.2024, испрашивается на имя заявителя в отношении товаров 09, 16 и услуг 35, 38, 39, 41, 42, 43, 45 классов МКТУ, указанных в перечне.

Согласно материалам заявки заявлено словесное обозначение:

« Яндекс Высокий сезон ».

Роспатентом 12.02.2025 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке № 2024715385 с дискламацией словесного элемента «Высокий сезон» в отношении всех товаров и услуг, указанных в перечне, в связи с его несоответствием требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Основанием для принятия указанного решения явилось заключение по результатам экспертизы, согласно которому было установлено следующее:

- входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «ВЫСОКИЙ СЕЗОН» не обладает различительной способностью и является неохраняемым на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса для всех заявленных товаров 09, 16 и услуг 35, 38, 39, 41, 42, 43, 45 классов МКТУ;

- в состав заявленного обозначения входит словесный элемент «ВЫСОКИЙ СЕЗОН» («период наибольшей деятельной активности в туризме, самое популярное время года для поездок (путешествий); период наиболее высоких тарифов на туристские услуги. Высокий сезон не всегда совпадает с временами года», см. Интернет, Словари: Лексикон туриста. 2014; <https://spravochnick.ru/definitions/vysokiy-sezon/>), который указывает на свойства и назначение всех заявленных товаров и услуг, в связи с чем не обладает различительной способностью и является неохраняемым на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса;
- при проведении экспертизы учитывалось значение слов «ВЫСОКИЙ СЕЗОН» именно в той сфере деятельности, к которой относятся заявленные товары и услуги, в отношении которых испрашивается регистрация заявленного обозначения;
- поскольку заявителем не предоставлены документы, свидетельствующие о том, что входящие в состав заявленного обозначения словесные элементы «ВЫСОКИЙ СЕЗОН» воспринимаются потребителем как обозначение товаров и услуг заявителя в связи с приобретением различительной способности в ходе длительного использования, у экспертизы нет оснований для признания слов «ВЫСОКИЙ СЕЗОН» охраноспособными на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности поступило 11.06.2025 возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 12.02.2025. Доводы возражения, поступившего 11.06.2025, сводятся к следующему:

- заявителем изложена хронология делопроизводства по рассматриваемой заявке на стадии экспертизы;
- заявитель выделил группу товаров и услуг, которые связаны прямым образом со сферой путешествий и туризма, и просит включить элемент «Высокий сезон» в качестве неохраняемого в отношении следующего перечня товаров и услуг:
- 16 класс МКТУ «журналы о путешествиях; журналы путешествий»;
- 35 класс МКТУ «управление программами часто путешествующих; предоставление коммерческой информации, относящейся к компаниям в области управления путешествиями и туристической отрасли; консультации по управлению бизнесом в области корпоративных

путешествий; услуги маркетингового консалтинга в области путешествий; реклама в области туризма и путешествий; продвижение [реклама] путешествий»;

- 39 класс МКТУ «бронирование билетов для путешествий; бронирование путешествий; организация перевозок по туристическим маршрутам; оформление туристических виз и проездных документов для лиц, выезжающих за границу; перевозка путешественников; сопровождение путешественников; обеспечение онлайн информацией в отношении путешествий; онлайн информация и заказы в области туристических путешествий; обеспечение информацией, касающейся заказа деловых путешествий через Интернет; онлайн информация и заказы в области деловых путешествий»;

- 41 класс МКТУ «услуги по имитации путешествий, предоставляемые в виртуальной среде для развлекательных целей»;

- 42 класс МКТУ «аренда программного обеспечения, связанного с путешествиями; создание и техническое обслуживание веб-сайтов для зарегистрированных пользователей для создания виртуальных сообществ и участия в социальных сетях в сфере путешествий»;

- 43 класс МКТУ «агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионаты]; аренда временного жилья; аренда жилья для отдыха; бронирование мест в гостиницах; бронирование мест в пансионатах; бронирование мест для временного жилья; предоставление временного жилья в придорожных гостиницах; службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; услуги баз отдыха; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги кемпингов; услуги мотелей; услуги пансионатов; услуги по приему на временное проживание [передача ключей]; услуги по размещению в гостинице»;

- в отношении другой части заявленных товаров 16 и услуг 35, 39, 41, 42, 43 классов МКТУ, а также всех товаров 09 и услуг 38, 45 классов МКТУ заявитель выразил несогласие с доводами экспертизы относительно несоответствия заявленного обозначения положениям 1 статьи 1483 Кодекса;

- правовая охрана заявленного обозначения испрашивается для широкого перечня товаров и услуг. При проведении экспертизы заявленного обозначения не был исследован вопрос возможности восприятия потребителями элемента «Высокий сезон» в качестве характеристики товаров и услуг в отношении всех заявленных товаров и услуг;

- с учетом широкого спектра заявленных товаров и услуг словесный элемент «Высокий сезон» не может быть признан не обладающим различительной

способностью в отношении товаров и услуг, напрямую не связанных со сферой туризма;

- словосочетание «Высокий сезон» описывает уровень потребительского спроса на туристические услуги, а не их непосредственные характеристики. Описательными характеристиками услуг в сфере туризма могут служить такие выражения, как: «семейный туризм», «безопасные туры», «спортивные походы» «трансфер включен в стоимость», «оздоровительный туризм», «молодежные туры», «люкс-туризм», «этнический туризм», «религиозный туризм» и т.п.;

- каждый сезон имеет свою рыночную нишу, зависит не только от времени года, но и от географического расположения, высоты места над уровнем моря, предпочтений потребителей;

- в отношении остальных заявленных товаров и услуг, не имеющих никакого отношения к сфере туризма и организации путешествий, словосочетание «Высокий сезон» однозначно является фантазийным;

- заявитель указывает на необходимость соблюдения принципа правовой определенности и защиты законных ожиданий. Заявитель приводит данные Госреестра в отношении ранее зарегистрированных товарных знаков:

«**ГОРЯЧИЙ СЕЗОН**» по свидетельству № 1025540, «**Охотничий сезон**» по свидетельству № 203576, «**Морской Сезон**» по свидетельству № 418212, «**Дачный сезон**» по свидетельству № 516075 и т.д. Кроме того, в Госреестре

выявлены товарные знаки по свидетельствам № 452088 («**ВЫСОКИЙ СЕЗОН**») и

№ 357602 «**ВЫСОКИЙ СЕЗОН**», словесные элементы которых ранее были признаны охраняемыми в отношении широкого перечня товаров 16 и услуг 35, 38, 39, 41, 43 классов МКТУ (действие указанных товарных знаков прекращено в связи с истечением срока действия исключительного права);

- по заявке № 2024715384 («Высокий сезон») заявителя 04.06.2025 г. Роспатентом было принято решение о предоставлении правовой охраны данному обозначению в отношении аналогичных товаров и услуг с признанием охраняемым элемента

«Высокий сезон» для части товаров 16 и услуг 35, 39, 41, 42, 43 классов МКТУ, не связанных с туризмом и путешествиями, а также в отношении всех товаров 09, услуг 38, 45 классов МКТУ;

- заявитель указывает на соблюдение принципа законных ожиданий;
- заявленное обозначение представляет собой единую лексическую и грамматическую конструкцию, в которой элементы связаны между собой лексически, грамматически и по смыслу. Невозможны замена элементов «Яндекс Высокий сезон» в обозначении по заявке № 2024715385;
- первый элемент «Яндекс» влияет на визуальное восприятие потребителей заявленного обозначения в целом;
- при ограничении родового понятия «Яндекс» видовым понятием «Высокий сезон» (конкретный вид предлагаемого сервиса) заявитель внес новый смысл, а именно, «сервис компании Яндекс (Yandex)»;
- словесный элемент «Яндекс Высокий сезон» может быть признан синлексом;
- невозможно вставить какое-либо другое слово между элементами «Яндекс» и «Высокий сезон» без потери смысла;
- при отдельном использовании элементов «Яндекс» и «Высокий сезон» их значения будут отличаться от того, которое имеет словесный элемент «Яндекс Высокий сезон» в целом;
- заявленное обозначение воспринимается в качестве единой конструкции, в том числе в силу того, что слова выполнены буквами одного алфавита, одним шрифтом и в единой стилистике;
- в рамках проведенного в сентябре-октябре 2024 г. ВЦИОМ соцопроса исследовался вопрос о возможном восприятии наименований сервисов, образованных по принципу «Яндекс/Yandex + Название сервиса» как единой конструкции/целостного словосочетания. Результаты исследования показали, что большинство участников исследования (77 % респондентов) заявили, что подобные названия воспринимается комплексно, целостно;
- заявитель приводит сведения из судебной практики (дела №№ СИП-931/2020, СИП-1047/2020, СИП-619/2018, СИП-1239/2023 и т.д.);

- обозначение «Яндекс» используется для индивидуализации своих многочисленных сервисов, название каждого из которых строится по одинаковому принципу «Яндекс + слово, идентифицирующее сервис». Например, товарные знаки: **Яндекс Карты** по свидетельству № 782403, приоритет от 06.05.2020, **Яндекс Директ** по свидетельству № 769085, приоритет от 26.02.2020, **Яндекс Еда** по свидетельству № 724231,

Яндекс Деньги

приоритет от 17.06.2019, по свидетельству № 460117, приоритет от 15.06.2011 и т.д. Заявителю также принадлежит серия товарных знаков, в основе которых лежит обозначение «Яндекс» / «Yandex» (среди них общеизвестные товарные знаки по свидетельствам №№ 72, 164, 165);

- с 2016 г. «Яндекс» предоставляет более 150 сервисов, наименование которых составлено по такому же принципу;

- поисковая система «Яндекс» является третьей среди поисковых систем мира по количеству обрабатываемых поисковых запросов. По состоянию на осень 2024 года сайт yandex.ru по популярности занимает 12-е место в мире и 1-е - в Российской Федерации;

- в Российской Федерации поисковая доля составляет 66,4 %. Сервисами и мобильными приложениями Яндекса пользуются 90,4 % аудитории Интернета в российских городах с населением от 100 тысяч человек;

- при восприятии заявленного обозначения потребитель сделает вывод о том, что «Яндекс Высокий сезон» является частью обширной серии товарных знаков заявителя и представляет собой продолжение этой серии;

- отказ в охраноспособности элемента «Высокий сезон» в заявленном обозначении нанесет ущерб хозяйственной деятельности заявителя и даст возможность недобросовестным конкурентам использовать уже ставший известным товарный знак для оказания своих услуг.

В подтверждение своих доводов заявителем к материалам дела приложены:

- список сервисов Яндекса – (1);
- распечатки с Интернет-ресурсов в отношении известности обозначения «Яндекс» -

(2);

- данные «Яндекс Радара» о поисковой доле «Яндекс» в Российской Федерации – (3);
- исследование «Mediascope» в отношении аудитории Интернета в Российской Федерации – (4);
- презентация о компании «Яндекс» (октябрь 2024 г.) – (5);
- отчет по результатам исследования, проведенного ВЦИОМ в сентябре-октябре 2024 г., по вопросу «Восприятие сервисов с элементом «Яндекс/Yandex» в названии в части принадлежности той или иной компании, а также в части возможности перепутать такие сервисы с другими сервисами» – (6);
- словарная выписка в отношении значения слова «СЕЗОН» – (7);
- выборочные копии официальных публикаций сведений о товарных знаках, содержащих слово «Сезон» в качестве охраняемого элемента – (8).

На основании изложенного в возражении, поступившем 11.06.2025, содержится просьба об изменении решения Роспатента от 12.02.2025 и регистрации заявленного обозначения в отношении всех заявленных товаров 09 и услуг 38, 45 классов МКТУ и части перечня товаров 16 и услуг 35, 39, 41, 42, 43 классов МКТУ в целом без дискламации элемента «Высокий сезон». Для другой части заявленных товаров 16 и услуг 35, 39, 41, 42, 43 классов МКТУ, перечисленных в возражении, заявитель просит зарегистрировать заявленное обозначение в качестве товарного знака с дискламацией словесного элемента «Высокий сезон».

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих участников рассмотрения возражения, поступившего 11.06.2025, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (15.02.2024) заявки № 2024715385 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 г. (далее – Правила).

В соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов:

- 1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;
- 2) являющихся общепринятыми символами и терминами;
- 3) характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта;
- 4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

В соответствии с абзацем шестым пункта 1 статьи 1483 Кодекса указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

В соответствии с подпунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса не применяются в отношении обозначений, которые:

- 1) приобрели различительную способность в результате их использования;
- 2) состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1-4 пункта 1 статьи 1483 Кодекса и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в результате широкого и длительного использования разными производителями в

отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации.

При этом устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшими во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида.

Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы:

- общепринятыми символами, характерными для отраслей хозяйства или области деятельности, к которым относятся содержащиеся в перечне товары, для которых испрашивается регистрация товарного знака;
- условными обозначениями, применяемыми в науке и технике;
- общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

Согласно пункту 35 Правил для доказательства приобретения обозначением различительной способности могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения обозначением различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах. Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения обозначением различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака обозначение «Яндекс Высокий сезон» является словесным, выполнено оригинальным шрифтом, буквами русского алфавита в одну строку. Регистрация заявленного обозначения испрашивается в отношении заявленных товаров 09, 16 и услуг 35, 38, 39, 41, 42, 43, 45 классов МКТУ, указанных в перечне.

В отношении противоречия словесного элемента «Высокий сезон» заявленного обозначения требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса коллегия отмечает следующее.

Согласно общедоступным словарям, словесный элемент «Высокий сезон» заявленного обозначения имеет следующее значение в сфере туризма: «период наибольшей деятельной активности в туризме, самое популярное время года для поездок (путешествий); период наиболее высоких тарифов на туристские услуги. Высокий сезон не всегда совпадает с временами года. В ряде стран он не может быть менее трех месяцев». См. электронный словарь: <https://touristas.academic.ru/>.

Таким образом, в отношении товаров и услуг, связанных с туристической деятельностью, словесный элемент «Высокий сезон» заявленного обозначения носит описательный характер, указывает на их свойства и назначение, в связи с чем, не соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Согласно возражению заявитель выразил согласие с дискламацией словесного элемента «Высокий сезон» в отношении товаров 16 класса МКТУ «*журналы о путешествиях; журналы путешествий*», услуг 35 класса МКТУ «*управление программами часто путешествующих; предоставление коммерческой информации, относящейся к компаниям в области управления путешествиями и туристической отрасли; консультации по управлению бизнесом в области корпоративных путешествий; услуги маркетингового консалтинга в области путешествий; реклама в области туризма и путешествий; продвижение [реклама] путешествий*», услуг 39 класса МКТУ «*бронирование билетов для путешествий; бронирование путешествий; организация перевозок по туристическим маршрутам; оформление туристических виз и проездных документов для лиц, выезжающих за границу; перевозка путешественников; сопровождение путешественников; обеспечение онлайн информацией в отношении путешествий; онлайн информация и заказы в области туристических путешествий; обеспечение информацией, касающейся заказа деловых путешествий через Интернет; онлайн информация и заказы в области деловых путешествий*», услуг 41 класса МКТУ «*услуги по*

имитации путешествий, предоставляемые в виртуальной среде для развлекательных целей», услуг 42 класса МКТУ «аренда программного обеспечения, связанного с путешествиями; создание и техническое обслуживание веб-сайтов для зарегистрированных пользователей для создания виртуальных сообществ и участия в социальных сетях в сфере путешествий», услуг 43 класса МКТУ «агентства по обеспечению мест [гостиницы, пансионаты]; аренда временного жилья; аренда жилья для отдыха; бронирование мест в гостиницах; бронирование мест в пансионатах; бронирование мест для временного жилья; предоставление временного жилья в придорожных гостиницах; службы приема по временному размещению [управление прибытием и отъездом]; услуги баз отдыха; услуги баз отдыха [предоставление жилья]; услуги кемпингов; услуги мотелей; услуги пансионатов; услуги по приему на временное проживание [передача ключей]; услуги по размещению в гостинице».

Вместе с тем, заявленный перечень услуг 41 класса МКТУ содержит услугу «предоставление виртуальных онлайн-туров с гидом», в отношении которой словесный элемент «Высокий сезон» обладает описательным характером на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку указывает на ее свойства и назначение ввиду вышеуказанного семантического значения в сфере туризма. С указанным доводом заявитель был ознакомлен и выразил согласие с дискламацией словесного элемента «Высокий сезон» в отношении этой услуги 41 класса МКТУ, о чем имеется отметка в протоколе заседания коллегии от 25.07.2025 г.

Материалы (1) представляют собой существующий список сервисов Яндекса. Распечатки с Интернет-ресурсов, статистика Яндекса (2), данные «Яндекс Радара» (3), исследование «Mediascope» (4) представляют собой общие сведения о деятельности заявителя и его положении на рынке, его аудитории и не содержат фактических данных об использовании заявленного обозначения в том виде, как оно заявлено на регистрацию в качестве товарного знака. Презентация о компании «Яндекс» (октябрь 2024 г.) (5) датирована позже даты подачи заявки.

Отчет по результатам исследования ВЦИОМ (6) касается вопроса «Восприятие сервисов с элементом «Яндекс/Yandex» в названии в части принадлежности той или иной компании, а также в части возможности перепутать такие сервисы с другими сервисами». Опрос (6) выполнен в сентябре-октябре 2024 г. и не содержит ретроспективных данных. Из отчета следует, что большинство респондентов (98 %) знакомо с компанией «Яндекс». По мнению 87 % респондентов элементы «Яндекс /

Yandex» в названии сервиса говорят о том, что данный сервис принадлежит компании «Яндекс». В диаграмме «наличие / отсутствие возможности перепутать сервис с элементами «Яндекс» / «Yandex» в названии и сервис с аналогичным названием без таких элементов» заявленное обозначение не исследовалось. В качестве услуг, оказываемых компанией «Яндекс», респонденты чаще всего называли: «такси» – 44 %; «ЯндексЕда» / доставку еды, продуктов / «ЯндексЛавка» – 31 %; «браузер/поисковик» – 27 %.

Фактических документов, свидетельствующих о приобретенной различительной способности словесного элемента «Высокий сезон» заявленного обозначения, в материалы дела не представлено.

Документов, свидетельствующих о длительном и интенсивном использовании заявленного обозначения со словесным элементом «Высокий сезон», о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, об объемах, территориях реализации произведенных товаров и услуг, связанных с туризмом, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров и услуг в материалах дела не имеется.

Также у коллегии нет оснований считать, что заявленное обозначение образует комбинацию, обладающую различительной способностью, поскольку словесный элемент «Высокий сезон» выделен заглавной буквой и расположен отдельно от элемента «Яндекс».

Необходимо различать обозначения описательные и обозначения, вызывающие в сознании потребителя представление о производимых товарах через ассоциации. Последним может быть предоставлена правовая охрана. В том случае, когда для того, чтобы сформулировать описательную характеристику товара (услуги) или характеристику сведений об изготовителе, нужны дополнительные рассуждения, домысливания, ассоциации, можно признать, что анализируемый элемент не является описательным.

Так, в отношении товаров 09 класса МКТУ, представляющих собой электронные, компьютерные устройства, носители информации, различные приборы, другой части товаров 16 класса МКТУ, представляющих собой канцелярские и письменные и офисные принадлежности, материалы для обучения, печатную

продукцию, другой части услуг 35 класса МКТУ, представляющих собой услуги продвижения, рекламы, офисной службы и бизнес-услуги, всех услуг 38 класса МКТУ, представляющих собой телекоммуникационные услуги, услуг 39 класса МКТУ, представляющих собой услуги из области хранения, другой части услуг 41 класса МКТУ, представляющих собой услуги в области образования, отдыха и развлечений, услуги в области производства кино-, аудио- и видеозаписей, услуги в области издательства и фотографирования, услуг 42 класса МКТУ, представляющих собой услуги в области компьютерных технологий и программирования, научных исследований и дизайна, услуг 43 класса МКТУ, представляющих собой информационные услуги по приготовлению пищи и аренде, услуг 45 класса МКТУ, представляющих собой услуги в области юриспруденции и иные социальные услуги

заявленное обозначение не носит прямого описательного характера и не способно прямо указывать на какие-либо характеристики данных товаров и услуг, является фантазийным, что не позволяет применить к нему требования пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

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

удовлетворить возражение, поступившее 11.06.2025, изменить решение Роспатента от 12.02.2025 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2024715385.