

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 поступившее 15.01.2026 возражение против предоставления правовой охраны на территории Российской Федерации знаку по международной регистрации №1805135, поданное ООО «Нью Эйдж», г. Москва (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установлено следующее.

Международная регистрация знака «**DSQUARED2 ICON**» произведена Международным Бюро ВОИС 17.06.2024 с датой конвенционного приоритета от 14.06.2024 на имя компании «Dsquared2 Trademarks Limited», Ирландия (далее – правообладатель). Правовая охрана на территории Российской Федерации знака по международной регистрации №1805135 действует в отношении товаров 03 класса МКТУ «perfumery and fragrances; perfumes; toiletries; body care preparations; oils for perfumery and fragrances; soaps and gels; deodorants for personal use; anti-perspirant for personal use; body spray; body lotion» («духи и отдушки; парфюмерия; туалетные принадлежности; средства по уходу за телом; парфюмерные и ароматические масла; мыло и гели; дезодоранты для личного пользования; антиперспиранты для личного пользования; спреи для тела; лосьоны для тела»).

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 15.01.2026, выражено мнение о том, что регистрация знака по международной регистрации №1805135 произведена в нарушение требований, установленных пунктом 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- оспариваемый знак является сходным до степени смешения с серией товарных знаков «ICON SKIN», «ICON HAIR», «ICON BABY», «ICON MEN» по свидетельствам №623786 (1), №821020 (2), №821469 (3), №823741 (4), правовая охрана которой предоставлена на имя лица, подавшего возражение. Противопоставленные знаки зарегистрированы ранее даты приоритета знака по международной регистрации №1805135;

- товарные знаки лица, подавшего возражение, состоят из двух словесных элементов. Сильным элементом товарных знаков является слово "ICON", которое является оригинальным, не носит описательного характера, так как нейтрально по отношению к товарам, для индивидуализации которых эти товарные знаки зарегистрированы. Словесные элементы "SKIN", "HAIR", "BABY", "MEN" знаков (1-4) носят описательный характер, поскольку содержат понятную российскому потребителю семантическую отсылку к характеристикам товаров: "SKIN" - для кожи, "HAIR" - для волос, "BABY" - для детей, "MEN" - для мужчин. Следовательно, словесные элементы "SKIN", "HAIR", "BABY", "MEN" в товарных знаках заявителя являются слабыми элементами;

- оспариваемый знак "DSQUARED2 ICON" состоит из двух словесных элементов "DSQUARED2" и "ICON", выполненных в одну строчку стандартным шрифтом прописными буквами латинского алфавита. В силу того, что словесные элементы "DSQUARED2" и "ICON" не связаны друг с другом по смыслу и грамматически, их оценка должна проводиться как отдельно по каждому слову, так и по всему обозначению в целом. Словесный элемент "DSQUARED2" ([ДИСКВАРЕД ДВА] – ДИ" в квадрате) воспроизводит отличительную часть фирменного наименования правообладателя и является объективно оригинальным элементом. Словесный элемент "ICON" в оспариваемом товарном знаке также относится к оригинальному элементу, не носит описательного характера, так как является нейтральным по отношению к товарам, для индивидуализации которых зарегистрирован знак. Таким образом, в оспариваемом знаке словесные элементы "DSQUARED2" и "ICON" являются равнозначными, то есть в равной степени выполняют функцию индивидуализации товаров, в отношении которых товарный знак зарегистрирован;

- словесные элементы "ICON" оспариваемого знака и товарных знаков лица, подавшего возражение, тождественны по звуковому, графическому и семантическому критериям. Следовательно, можно сделать вывод о сходстве оспариваемого знака

"DSQUARED2 ICON" с серией товарных знаков лица, подавшего возражение. Данный вывод также подтверждается практикой использования оспариваемого знака на рынке. Сам правообладатель способствует фактическому смешению обозначений "ICON" и "DSQUARED2 ICON", поскольку фактическая маркировка товаров за счёт расположения и



размера букв визуально выделяет именно словесный элемент "ICON" (« »);

- товары 03 класса МКТУ оспариваемого и противопоставленных знаков (1-4) относятся к косметическим средствам, соотносятся как род/вид, имеют одинаковое назначение и один круг потребителей, что свидетельствует об их однородности.

В подтверждение изложенных доводов лицом, подавшим возражение, представлена распечатка страниц веб-сайтов с предложениями о продажах товаров правообладателя [1].

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны на территории Российской Федерации знаку по свидетельству № 1805135 недействительным полностью.

Правообладатель, ознакомленный в установленном порядке с поступившим возражением, представил отзыв по его мотивам, в котором выразил несогласие с доводами возражения, отметив следующее:

- оспариваемый знак «DSQUARED2 ICON» несходен с товарными знаками (1-4) ООО «Нью Эйдж», а сопоставляемые товары не являются однородными, что исключает риск смешения обозначений в глазах потребителя;

- знак правообладателя состоит из двух слов, цифры, 5 слогов и 15 звуков ([ДСКВАРЕДТУ АЙКОН]). Знаки лица, подавшего возражение, («ICON SKIN», «ICON HAIR» и др.) состоят из двух коротких слов (3–4 слога, 7–8 звуков). Знаки имеют совершенно разную длину, ритмику, состав слогов и звуков;

- словесный и буквенный состав знаков кардинально отличается, следовательно, знаки несходны визуально. В знаке правообладателя основное зрительное внимание падает на оригинальный, длинный элемент «DSQUARED2», что полностью исключает визуальное смешение в гражданском обороте со знаками (1-4);

- смысловые ассоциации обозначений различны. В знаке правообладателя заложена уникальная идея бренда (буквы имен основателей Dean и Dan Caten в квадрате, подчеркивающие братьев-близнецов). В знаках лица, подавшего возражение, элемент

«ICON» переводится как прилагательное «знаковый» и в сочетании с существительными указывает на специализацию лечебной косметики («знаковая кожа», «знаковые волосы»);

- название «DSQUARED2» является сильным, уникальным элементом. Оно образует широкую серию товарных знаков правообладателя, признанных во всем мире и на территории Российской Федерации (регистрации №286223, №310604, №345775 и др.). Словесный элемент «ICON» - слабый элемент в данном контексте. Он используется правообладателем как название конкретной базовой (капсульной) линейки одежды и парфюмерии, выступая в роли уточнения к основному всемирно известному бренду;

- словесный элемент «ICON» из-за своего частого использования в индустрии красоты имеет крайне низкую оригинальность. На рынке косметики и парфюмерии (03 класс МКТУ) в Российской Федерации много лет успешно сосуществуют десятки знаков с этим элементом: «T.I.C.O.N.» (международная регистрация №1095596), «THE ICON BANDERAS» (регистрация № 953204), «AVON FEMME ICON» (международная регистрация № 1254023), «BLONDE ICON» (регистрация №796949);

- более того, Роспатент зарегистрировал знак лица, подавшего возражение, «ICON GALAXY» (регистрация № 1181540) в 2026 году без направления уведомлений о препятствиях к регистрации. Это доказывает сложившуюся практику ведомства: наличие общего элемента «ICON» не является автоматическим барьером для отказа в регистрации;

- продукция правообладателя относится к парфюмерии, ароматическим уходовым средствам (духи, дезодоранты, парфюмированные лосьоны) премиального/люксового сегмента, она продается в специализированных корнерах («ЦУМ», «ДЛТ», «BOSCO») по высоким ценам. Продукция ООО «Нью Эйдж» является узкоспециализированной лечебной косметикой на стыке фармакологии и косметологии со сложными дерматологическими составами (кислоты, цинк, ниацинамид). Реализуется в низком/среднем ценовом сегменте через масс-маркет и маркетплейсы. Различие в назначении, составе, ценовом сегменте и каналах дистрибуции исключает появление у потребителя ассоциаций, что данные товары выпускаются одним производителем.

На основании вышеизложенного, правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану на территории Российской Федерации знаку по международной регистрации №1805135.

На заседании коллегии, состоявшемся 17.06.2026, лица, подавшего возражение, поступили следующие дополнения к возражению:

- в оспариваемом знаке слова «DSQUARED2» и «ICON» не связаны друг с другом. Экспертиза словесных обозначений, состоящих из двух и более слов, не связанных друг с другом по смыслу и грамматически, проводится как отдельно по каждому слову, так и по всему обозначению в целом;

- тот факт, что словесный элемент «DSQUARED2» лежит в основе серии знаков правообладателя свидетельствует лишь о том, что элемент «DSQUARED2» является сильным, но не говорит о слабости элемента «ICON». Фактически элемент «ICON» позиционируется правообладателем как зрительно активный элемент, а с учетом отсутствия у элемента «ICON» описательного характера, можно сделать вывод о том, что этот элемент выполняет в индивидуализации товаров такую же различительную функцию, как и элемент «DSQUARED2». Самостоятельный и независимый элемент «ICON» оспариваемого знака сходен с элементами «ICON» знаков (1-4);

- правовая охрана всем указанным правообладателем товарным знакам, кроме знаков, принадлежащих компаниям «AVON» и «MUHLBAUER», оспаривается или будет оспорена лицом, подавшим возражение. В товарных знаках компаний «AVON» и «MUHLBAUER» товары неоднородны;

- появление такого количества товарных знаков с элементом «ICON» связано не с утратой этим элементом различительной способности, а, наоборот, с тем, что длительное время парфюмерно-косметическая продукция под обозначением «ICONE» была знакома российскому потребителю благодаря компании «PERFUMS CRISTIAN DIOR», которая являлась правообладателем знака «ICONE» по международной регистрации №444708. Решением Суда по интеллектуальным правам от 22.09.2025 по делу №СИП-1163/2024, принятым по иску лица, подавшего возражение, правовая охрана знака прекращена на территории Российской Федерации в связи с неиспользованием;

- после того как в 2022 году компания «PERFUMS CRISTIAN DIOR» покинула рынок Российской Федерации, иные компании стали производить парфюмерно-косметические товары, на этикетках которых появилось слово «ICON». Такие условия не могут свидетельствовать ни об утрате, ни о снижении различительной способности элемента «ICON»;

- товары, содержащиеся в перечнях сопоставляемых регистраций, в высокой степени однородны.

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

С учетом конвенционного приоритета (14.06.2024) оспариваемого знака по международной регистрации №1805135 правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 № 482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с 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 отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

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

Исходя из положений пункта 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам. Звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение. Графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание. Смысловое сходство определяется на основании следующих признаков:

подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

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

В соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по основаниям, предусмотренным подпунктами 1-4 пункта 2 статьи 1512 настоящего Кодекса, могут быть поданы заинтересованным лицом. Данная норма не конкретизирует понятие “заинтересованное лицо” и не содержит ограничений по видам заинтересованности, в связи с чем заинтересованным может быть признано любое лицо, доказавшее наличие фактического интереса в прекращении правовой охраны зарегистрированного обозначения (Определение Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации от 26.10.2021 №300-ЭС21-11315 по делу №СИП-932/2019). Согласно возражению, оспариваемый знак является сходным до степени смешения с противопоставленными ему товарными знаками (1-4), в связи с чем оспариваемая регистрация не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса. Указанное позволяет признать ООО «Нью Эйдж» заинтересованным в подаче возражения против предоставления правовой охраны знаку по международной регистрации №1805135.

Предоставление правовой охраны знаку «**DSQUARED2 ICON**» по международной регистрации №1805135 оспаривается ввиду ее несоответствия требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса, в рамках чего лицом, подавшим возражение, были противопоставлены товарные знаки по свидетельствам №623786 (1), №821020 (2), №821469 (3), №823741 (4).

Противопоставленный товарный знак «**ICON SKIN**» (1) является словесным и выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 03 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак «**ICON HAIR**» (2) является словесным и выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 03 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак «**ICON BABY**» (3) является словесным и выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 03 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак «**ICON MEN**» (4) является словесным и выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 03 класса МКТУ.

Анализ оспариваемого знака на соответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал отсутствие их сходства, обусловленное следующим.

Оспариваемый знак состоит из двух элементов «**DSQUARED2**» и «**ICON**», при этом доминирующую с точки зрения индивидуализации роль играет элемент «**DSQUARED2**», который выполнен в сильной начальной позиции и представляет собой оригинальное и уникальное наименование известного итальянского дома моды, именно указанный элемент положен в основу линейки знаков правообладателя (свидетельства №286223, №310604, №345775 и др.). Благодаря известности, потребитель будет идентифицировать товар в первую очередь по «**DSQUARED2**», которое обладает высокой степенью различительной способности, а «**ICON**» воспринимать как второстепенный элемент, дополнение к основному слову.

В свою очередь противопоставленные знаки (1-4) построены по иному принципу. Их восприятие начинается со слова «**ICON**», которое является главным и самостоятельным элементом. Данный словесный элемент расположен в начальной позиции, именно по

данному элементу потребители ориентируются при выборе продукции лица, подавшего возражение. Данные элементы дополнены словами «SKIN», «HAIR», «BABY», «MEN» знаков (1-4), которые, как отмечено в возражении, способны восприниматься в качестве характеристики оспариваемых товаров (предназначены для кожи, волос, ребенка, мужчины), что ослабляет индивидуализирующую функцию данных элементов, повышая, при этом, значение элемента «ICON» в их составе.

Следует отметить, что фонетическое сходство определяется не просто наличием общих слов, букв или звуков в составе сопоставляемых обозначений, а тем, как обозначения воспринимаются на слух потребителем - их ритмом, интонацией, ударением и последовательностью звуков. В данном случае, несмотря на совпадение элемента "ICON", звуковой облик знаков различается. Так, оспариваемый знак произносится как "Дисквээрд ту айкон" или "Дискваэрд ту айкон", ударение падает на сильное начальное слово "DSQUARED2". В свою очередь противопоставленные знаки произносятся как "Айкон" с ударением на первый слог, либо с добавлением второго слова (например, "Айкон мэн"). Таким образом, сопоставляемые знаки характеризуются различным ритмическим произношением, различным количеством слогов, составом звуков и букв. Ударение в сравниваемых знаках падает на разные части, в связи с чем акцент при произношении смещается на различные слова. Изложенное свидетельствует об отсутствии фонетического сходства.

Относительно семантического критерия сходства было установлено следующее. Семантическое сходство - это близость или тождество заложенных в обозначения понятий, идей и образов. При этом, необходимо установить вызывают ли сравниваемые знаки сходные ассоциации у потребителя, воспринимаются ли они как родственные по смыслу. При этом важно учитывать, на какие элементы падает логическое ударение, а какие играют второстепенную, описательную роль.

В оспариваемом знаке семантической доминантой является элемент «DSQUARED2», являющийся названием всемирно известного модного дома (обозначение образовано от имен основателей бренда «Dean Caten» и «Dan Caten», «Squared» (в квадрате) – отсылка к тому, что основателей двое), которое само по себе несет основной смысл: «изделие от конкретного дизайнера / бренда». Слово «ICON» в данной конструкции выполняет вспомогательную роль. В целом оспариваемый знак может переводиться как «культовый [продукт от бренда] Дискваред2», «икона от Дискваред2»,

«символ Дискваред2», «легендарная коллекция Дискваред2» и т.д. Таким образом, в оспариваемом знаке акцент сделан на принадлежность товара к конкретному всемирно известному бренду (что-то значимое, важное от «Dsquared2»).

В свою очередь противопоставленные знаки (1-4) несут совершенной иной смысловой образ. Слово "ICON" в знаках (1-4) выступает в роли их самостоятельного, центрального элемента (икона, символ, знаковый образ, идол, кумир, иконка, пиктограмма, значок¹). Вторые слова выполняют служебную, описательную функцию, указывая на целевую аудиторию или назначение товаров («ICON MAN»: название косметической продукции для мужчин (эталон для мужчин), «ICON BABY»: название косметической продукции для детей, «ICON HAIR»: название косметической продукции для волос, «ICON SCIN»: название парфюмерно-косметической продукции для кожи).

Таким образом, сравниваемые знаки закладывают в сознание потребителя принципиально разные идеи и образы, что исключает их смешение по семантическому критерию.

Несмотря на наличие общего буквенного сочетания «ICON», сравниваемые обозначения производят принципиально разное зрительное впечатление, что исключает их смешение в глазах потребителя по визуальному критерию. Знак «DSQUARED2 ICON» представляет собой сложное двухсоставное обозначение, где первым и самым длинным элементом является слово «DSQUARED2». Это слово визуально доминирует за счет своей необычной графики, наличия цифры «2» в конце и значительной протяженности. Противопоставленные знаки (1-4) имеют симметричную структуру из двух коротких слов примерно равной длины. Слово «ICON» в сопоставляемых знаках визуальное встроено в разные графические контексты и сочетается с абсолютно разными по начертанию словами («DSQUARED2» / «SKIN», «MAN», «BABY», «HAIR»), в результате чего сравниваемые знаки производят разное общее зрительное впечатление.

С учетом вышеизложенного, оспариваемый и противопоставленные знаки (1-4) не ассоциируются друг с другом в целом, поскольку имеют различное произношение, графику и семантику.

Товары 03 класса МКТУ «perfumery and fragrances; perfumes; toiletries; body care preparations; oils for perfumery and fragrances; soaps and gels; deodorants for personal use; anti-perspirant for personal use; body spray; body lotion» («духи и отдушки; парфюмерия;

¹ https://top_english.academic.ru/40787

туалетные принадлежности; средства по уходу за телом; парфюмерные и ароматические масла; мыло и гели; дезодоранты для личного пользования; антиперспиранты для личного пользования; спреи для тела; лосьоны для тела») оспариваемого знака однородны товарам 03 класса МКТУ «мыла; парфюмерные изделия, эфирные масла, косметика, лосьоны для волос» знака (1), товарам 03 класса МКТУ «косметика для лица; косметика для волос; средства косметические для детей; средства косметические для женщин; средства косметические для мужчин» знаков (2-4). Сравнимые товары относятся к парфюмерно-косметической продукции, могут быть изготовлены одним лицом, иметь совместные каналы реализации в отношении одной группы потребителей.

В отношении анализа однородности товаров 03 класса МКТУ, для которых зарегистрированы оспариваемый и противопоставленные знаки (1-4), коллегия учитывала, что вероятность смешения сравниваемых знаков определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения (см. пункт 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее – Постановление Пленума Верховного Суда). В рассматриваемом случае была установлена высокая степень однородности товаров 03 класса МКТУ, а также отсутствие сходства сравниваемых знаков, что исключает вероятность смешения данных товаров, маркированных сравниваемыми знаками, в гражданском обороте.

С учетом вышеизложенного, оспариваемый знак соответствует пункту 6 статьи 1483 Кодекса.

Наличие серии знаков (1-4) не опровергает вывода об отсутствии их сходства с оспариваемым знаком, поскольку знак по международной регистрации №1805135 не будет воспринят в качестве продолжения линейки знаков ООО «Нью Эйдж». Как отмечалось выше, оспариваемый знак «DSQUARED2 ICON» построен по принципиально иной модели - название компании и уточняющее слово. В оспариваемом знаке слово «ICON» является зависимым, а не определяющим. Композиция построения оспариваемого знака «Dsquared2» отличается от композиции серии противопоставленных знаков (1-4), что исключает его восприятие как товарного знака ООО «Нью Эйдж».



Согласно возражению, использование оспариваемого знака (« ») повышает опасность смешения с противопоставленными знаками (1-4). Вместе с тем важно отметить, что при оценке соответствия оспариваемого знака положениям пункта 6 статьи 1483 Кодекса на предмет сходства с противопоставленными знаками, анализируются знаки исключительно в том виде, в котором они зарегистрированы, а не на основе их фактического использования на товарах. Фактическое использование знака выходит за рамки предмета настоящего спора.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 15.01.2026, оставить в силе правовую охрану на территории Российской Федерации знака по международной регистрации №1805135.