

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 19.05.2026, поданное АО «Технологическая Компания «Центр», Россия (далее – заявитель, АО «ТК «Центр»), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2024787467 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.

Обозначение «**весенний тираж**» по заявке №2024787467, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 07.08.2024, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 09, 16, 28, 35 и 41 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 19.01.2026 об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг 09, 16, 28, 35 и 41 классов МКТУ (далее – решение Роспатента). Указанное решение Роспатента было основано на заключении по результатам экспертизы, которое мотивировано несоответствием заявленного обозначения требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Так, согласно решению Роспатента, заявленное обозначение «весенний тираж» («весенний» - прил. к весна (см. Толковый словарь Ушакова. Д.Н. Ушаков. 1935-1940, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/756186>), «тираж» - розыгрыш лотереи; количество экземпляров выпущенного в свет печатного издания (см. Толковый словарь иностранных слов Л.П. Крысина.- М: Русский язык, 1998 на сайте https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/36026/ТИРАЖ) в силу своего семантического значения является неохраняемым на основании положений предусмотренных пунктом 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку не обладает различительной способностью, указывает на вид, свойства и назначение заявленных товаров и услуг.

Следует отметить, что на стадии экспертизы заявленного обозначения ООО «Спортивные лотереи» выражало обеспокоенность относительно возможности регистрации товарного знака по заявке №2024787467 на имя заявителя.

В поступившем возражении заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом доводы сводятся к следующему:

- слово «весенний» заявленного обозначения имеет как прямое, так и переносное значение. В прямом значении слово «весенний» определяет время года между зимой и летом (три месяца) или что-то свойственное весне, или что-то посвященное весне. В переносном значении слово «весенний» означает что-то приятное, теплое, веселое. Таким образом, исходя из семантики входящих в словосочетание «весенний тираж» слов, оно может означать «тираж, проводимый, напечатанный, реализуемый в весенние месяцы» или «тираж, посвященный теме весны» (т.е. рождению нового, обновлению, пробуждению после зимы), или «тираж, исполненный жизнерадостности, оптимизма»;

- исходя из множественности значений слова «весенний», смысловое значение словосочетания «весенний тираж» в целом также имеет множество значений и может порождать различные ассоциации, обуславливающие его неоднозначное восприятие, что не позволяет признать его описательным. Обозначение «весенний тираж» в целом требует домысливаний и рассуждений и, следовательно, носит фантазийный характер и подлежит регистрации в качестве товарного знака;

- все заявленные товары и услуги заявки № 2024787467 указаны в общем виде, без дополнительного указания конкретной сферы их применения. Анализ показывает, что обозначение «весенний тираж» само по себе является фантазийным для всех заявленных товаров 09 класса МКТУ, части товаров 16 классов МКТУ (не связанных с печатью), для части товаров 28 класса МКТУ (например, автоматы аркадные для видеоигр; автоматы для видеоигр; автоматы игровые для азартных игр; автоматы игровые с предварительной оплатой), всех услуг 35 класса МКТУ и части услуг 41 класса МКТУ (не связанных с печатью или лотереями). Для другой части товаров и услуг 16, 28, 41 классов МКТУ заявленное обозначение может порождать различные ассоциации, обуславливающие его неоднозначное восприятие («тираж, проводимый, напечатанный, реализуемый в весенние месяцы» или «тираж, посвященный теме весны» (т.е. рождению нового, обновлению, пробуждению после зимы), или «тираж, исполненный жизнерадостности, оптимизма»), что также не позволяет признать его описательным, напрямую характеризующим такие товары или услуги 16, 28, 41 классов МКТУ. Таким образом, для всех заявленных товаров и услуг 09, 16, 28, 35 и 41 классов МКТУ обозначение «весенний тираж» является фантазийным;

- позицию заявителя подтверждает регистрация следующих товарных знаков: «светлый весенний тираж» (заявка № 2024787551, 14.04.2026 принято решение о регистрации, заявитель АО «ТК «Центр») «Космические тиражи» (товарный знак по свидетельству № 1174363, правообладатель АО «ТК «Центр»), «золотой тираж» (товарный знак по свидетельству №355308, правообладатель ООО «Омскбланкиздат») и иных обозначений, примеры которых были приведены заявителем в ответе на уведомление экспертизы.

В подтверждение изложенных доводов заявителем представлены:

1. Распечатки из словарей значения слова «весенний»;
2. Ответ на уведомление о результатах проверки соответствия заявленного обозначения требованиям законодательства № 2024787467/50(W24079412) от 19.05.2025.

На основании вышеизложенного, заявитель просит отменить решение Роспатента и принять решение о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг 09, 16, 28, 35 и 41 классов МКТУ.

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих на заседании коллегии, коллегия установила следующее.

С учетом даты (07.08.2024) поступления заявки №2024787467 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 20.07.2015 №482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с подпунктом 3 пункта 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов, 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; являющихся общепринятыми терминами. Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Согласно пункту 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся, в частности, сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

Заявленное обозначение «**весенний тираж**» является словесным и выполнено стандартным шрифтом буквами русского алфавита.

Предоставление правовой охраны заявленному обозначению испрашивается в отношении товаров и услуг 09, 16, 28, 35, 41 классов МКТУ.

При оценке заявленного обозначения на соответствие требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса коллегия приняла во внимание Информационную справку Суда по интеллектуальным правам¹, согласно которой оценка обозначения на соответствие требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса производится исходя из восприятия этого обозначения рядовым, средним потребителем соответствующего товара в Российской Федерации – адресатом товаров, для индивидуализации которых зарегистрирован товарный знак или испрашивается регистрация товарного знака.

Одно и то же обозначение способно в глазах потребителей вызывать различные ассоциации и в отношении одних товаров быть признано описательным, в отношении других – ложным, в отношении третьих – фантазийным.

В связи с этим, учитываются имеющиеся или вероятные ассоциативные связи, возникающие у потребителей в связи с каждым товаром, для которого предоставлена или испрашивается правовая охрана спорного обозначения.

При этом описательные элементы – это обозначения, используемые для указания вида товара, описания характеристик товара и сведений об изготовителе.

Заявленным обозначениям, состоящим только из описательных элементов, не предоставляется правовая охрана, а производителям - исключительное право на их использование, т.к. у любого лица может возникнуть необходимость использовать в хозяйственном обороте обозначения, которые описывают товар. Следует, однако, различать обозначения описательные и обозначения, вызывающие в сознании потребителя представление о производимых товарах через ассоциации. Последним может быть предоставлена правовая охрана. Подтверждением описательности могут быть положительные ответы на следующие вопросы: понятен ли рядовому потребителю смысл элемента без дополнительных рассуждений и домысливания;

¹ Информационная справка, подготовленная по результатам анализа и обобщения судебной практики Суда по интеллектуальным правам в качестве Суда первой и кассационной инстанций с учетом практики Верховного Суда Российской Федерации по вопросам, возникающим при применении положений пунктов 1 и 3 статьи 1483 Гражданского кодекса Российской Федерации (Утверждена постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 05.04.2017 № СП-23/10 по результатам обсуждения с участием членов Научно - консультативного совета при Суда по интеллектуальным правам)

воспринимается ли рядовым потребителем элемент (не через ассоциации) как прямо описывающий вид, характеристики товара, сведения об изготовителе?

Как отмечалось выше, в состав заявленного обозначения входят словесные элементы «весенний», «тираж». Согласно словарно-справочным источникам информации, в том числе представленным заявителем:

«ВЕСЕННИЙ»² - (1) такой, который относится к весне как к одному из 4 периодов, на которые разделяется год. Это произошло в один из весенних дней незадолго до Пасхи. (2) Характерный для весны как времени года, переходного между зимой и летом. (3) Весенний в переносном значении - Исполненный бодрости, жизнерадостности, оптимизма. Ант. осённый. В. настроение. (4) Весенний - Такой, который проводится, проходит весной, приходится на весну. (5) Весенний - Предназначенный для использования весной. В. одежда.

«ТИРАЖ»³ - розыгрыш лотереи; количество экземпляров выпущенного в свет печатного издания.

В свою очередь «печатное издание»⁴ - 1) экземпляр из тиража издания, отпечатанного с использованием одного из способов печати, применяемых в полиграфии; 2) печатная продукция, состоящая из идентичных экземпляров и изготовленная с использованием полиграфических печатных технологий.

Согласно приказу Министерства культуры Российской Федерации от 08.10.2012 за №1077 «Об утверждении порядка учета документов, входящих в состав библиотечного фонда»⁵, к печатными изданиям относятся тиражированные издания, полученные печатанием или тиснением, полиграфически самостоятельно оформленные: книги, брошюры, журналы, продолжающиеся издания, листовые издания, газеты, изоиздания, нотные издания, картографические издания, нормативно-технические и технические документы, авторефераты диссертаций.

Таким образом, в совокупности заявленное обозначение может быть переведено как выпуск определенного объема печатной продукции или розыгрыш лотереи, которые происходят весной.

² <https://gufo.me/dict/efremova/весенний>

³ <https://dic.academic.ru/dic.nsf/es/57319/%D1%82%D0%B8%D1%80%D0%B0%D0%B6>

⁴ https://advertising_polygraphy.academic.ru/1379/Печатное_издание

⁵ <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=292212>

С учетом вышеизложенной семантики, заявленное обозначение указывает на характеристики товаров 16 класса МКТУ «альбомы; атласы, афиши; баннеры бумажные; билеты; бирки багажные из бумаги; бланки; бланки уведомлений [канцелярские товары]; блокноты; блокноты [канцелярские товары]; блокноты для рисования, черчения; брошюры; буклеты; бюллетени информационные; вывески бумажные или картонные; выпелы бумажные; газеты; диаграммы; журналы [издания периодические]; издания периодические; издания печатные; изображения графические; календари; картинки; картины [рисунки] обрамленные или необрамленные; карточки; карточки каталожные [канцелярские товары]; каталоги; книги; книги для раскрашивания; книжки квитанционные [канцелярские товары]; книжки-комиксы; купоны печатные; листовки; материалы графические печатные; открытки музыкальные; открытки поздравительные; открытки почтовые; плакаты; продукция печатная; проспекты; расписания печатные; реестры; таблицы вычислительные; тетради; учебники [пособия]; флаги бумажные; флаеры; фотографии [отпечатанные]; эмблемы [клейма бумажные]; этикетки из бумаги или картона», товаров 28 класса МКТУ «билеты лотерейные со стираемым слоем; игры, в том числе лотереи; карты для бинго; скретч-карты для лотерей; билеты лотерейные», услуг 41 класса МКТУ «организация лотерей». Указанное обосновывается следующим.

Для всех перечисленных товаров 16 класса МКТУ заявленное словосочетание указывает на их прямые характеристики, указанные в оспариваемом решении Роспатента. Слово «тираж» указывает на способ изготовления, количественную характеристику товара. Поскольку все эти товары являются полиграфической продукцией, слово «тираж» прямо описывает процесс их производства. Слово «весенний» указывает на время (сезон) выпуска. Обозначение воспринимается потребителем как информация о том, что перед ним «партия печатных изделий, изготовленная и выпущенная в весенний период».

Для лотерейных билетов, скретч-карт и услуг по организации лотерей слово «тираж» указывает на формат проведения игры, является базовым юридическим и техническим термином в этой сфере (тиражная лотерея), напрямую обозначает

процедуру розыгрыша призового фонда, которая проводится одновременно для всей выпущенной партии билетов, а слово «весенний» указывает на привязку розыгрыша к конкретному сезону. Потребитель привык к формулировкам «Новогодний тираж», «Осенний розыгрыш» и т.д.

С учетом вышеизложенного, коллегия соглашается с выводами, положенными в основу решения Роспатента, о том, что заявленное обозначение для приведенных товаров и услуг не соответствует положениям пункта 1 статьи 1483 Кодекса в силу отсутствия различительной способности, указания на вид, свойство, назначение товаров и услуг. С учетом того, что данные словесные элементы являются единственными в заявленном обозначении, ему не может быть предоставлена правовая охрана для упомянутых товаров и услуг.

Заявителем приводится довод о многозначности слов, составляющих заявленное обозначение, в связи с чем оно может быть по-разному воспринято потребителями (может означать «тираж, проводимый, напечатанный, реализуемый в весенние месяцы», «тираж, посвященный теме весны», «тираж, исполненный жизнерадостности, оптимизма»). Вместе с тем коллегия оценивала семантику заявленного обозначения применительно к конкретным заявленным товарам и услугам. При этом коллегия полагает, что понятия «весенний» (сезонный) и «тираж» (выпуск/розыгрыш) в отношении лотерей или полиграфической продукции воспринимаются потребителем однозначно как техническая информация о конкретной партии товаров, выпущенной весной. Переносное значение (например, «жизнерадостный тираж») в отношении данных товаров и услуг является искусственным и не возникнет у обычного покупателя. Календарный период «весна» и технический термин «тираж» конкретны и не оставляют пространства для фантазийного восприятия в отношении данных товаров и услуг. Наличие иных значений («тираж, посвященный весне», «жизнерадостный тираж») никак не исключает и высокой вероятности восприятия заявленного обозначения в приведенном коллегией значении («тираж продукции, выпущенной весной»). Предоставление исключительного права на обозначение «весенний тираж» одному лицу ущемит права других участников рынка. Конкуренты лишатся возможности

добросовестно использовать общеупотребимые слова русского языка для описания своих сезонных весенних акций, товаров и услуг.

Что касается приведенных заявителем в возражении, а также в ответе на уведомлении экспертизы примеров регистраций, то часть из них не относится к АО «ТК «Центр», следовательно, нет оснований для вывода о нарушении принципа эстоппель в отношении заявителя и кроме того приведенные примеры товарных знаков обладают иной семантикой, отличающейся от смыслового значения заявленного обозначения. Зарегистрированные на имя заявителя товарные знаки («Светлый весенний тираж» (свидетельство №1227099), «Космические тиражи» (свидетельство №1174363) также имеют иное смысловое значение (прилагательное «Светлый» вносит качественную, эмоционально-образную характеристику в словосочетание «Светлый весенний тираж» товарного знака по свидетельству №1227099, слово «Космический» используется в переносном значении и также придает фантазийность товарному знаку по свидетельству №1174363). В связи с изложенным данные регистрации не могут свидетельствовать об охраноспособности заявленного обозначения.

Вместе с тем в отношении товаров 09 класса МКТУ «носители записанные или загружаемые, программное обеспечение; механизмы для аппаратов с предварительной оплатой; аппараты кассовые, устройства счетные; компьютеры и компьютерная периферия; автоматы для продажи билетов; аппараты кассовые; доски интерактивные электронные; доски объявлений электронные; коврики для «мыши»; козырьки для шлемов; магниты декоративные; механизмы для аппаратов, приводимых в действие жетонами; наушники; носители информации магнитные; носители информации оптические; обеспечение программное для компьютерных игр, записанное; обеспечение программное для компьютеров, записанное; платформы программные, записанные или загружаемые; приложения для компьютерного программного обеспечения, загружаемые; программы для компьютеров, записанные; программы игровые для компьютеров, загружаемые; программы компьютерные, загружаемые; программы-заставки для компьютеров, записанные или загружаемые; публикации электронные загружаемые; терминалы

интерактивные сенсорные; тотализаторы; указатели; устройства считывающие [оборудование для обработки данных]; устройства, считывающие штриховые коды; файлы изображений загружаемые; флэш-накопители USB; элементы графические, загружаемые для мобильных телефонов», товаров 16 класса МКТУ «авторучки; бейджи именные [офисные принадлежности]; браслеты для удерживания письменных принадлежностей; бумага; бумага в листах [канцелярские товары]; бумага для регистрирующих устройств; бумага офисная; бумага упаковочная; держатели для документов [канцелярские принадлежности]; держатели для карандашей; держатели удостоверений личности [офисные принадлежности]; зажимы для денег; зажимы для держателей удостоверений личности [офисные принадлежности]; зажимы для каталожных карточек; зажимы для ручек; закладки для книг; карандаши; карандаши автоматические; карандаши угольные; картон; конверты [канцелярские товары]; коробки бумажные или картонные; коробки с красками [школьные принадлежности]; листы бумажные или пластиковые абсорбирующие для упаковки пищевых продуктов; листы вязкозные для упаковки; лотки для корреспонденции; материалы для лепки; материалы для обучения [за исключением приборов]; материалы канцелярские для запечатывания; материалы упаковочные [прокладочные, набивочные] из бумаги или картона; мешки [конверты, пакеты] для упаковки бумажные или пластмассовые; наборы типографские портативные [офисные принадлежности]; наклейки самоклеящиеся [канцелярские товары]; несесеры для письменных принадлежностей [канцелярские товары]; обложки [канцелярские товары]; обложки для паспортов; обложки защитные для книг; пакетики бумажные; папки-обложки для документов; подложки-коврики рабочего стола; подставки для книг; подставки для пивных кружек; подставки для ручек и карандашей; подставки для фотографий; приборы письменные; принадлежности конторские, за исключением мебели; принадлежности письменные; принадлежности пишущие; принадлежности школьные [канцелярские товары]; ручки-держатели для перьев; ручки-маркеры [канцелярские принадлежности]; скоросшиватели [канцелярские принадлежности]; скрепки канцелярские; табло из бумаги или картона для объявлений; товары писчебумажные; точилки для

карандашей электрические или неэлектрические; увлажнители [офисные принадлежности]; упаковки для бутылок бумажные или картонные», товаров 28 класса МКТУ «автоматы аркадные для видеоигр; автоматы для видеоигр; автоматы игровые для азартных игр; автоматы игровые с предварительной оплатой; джойстики для видеоигр; емкости для игральные костей; игры и игрушки портативные электронные с телекоммуникационными функциями; карточки для игр; карты игральные; контроллеры для игровых консолей; кости игральные; мобайлы [игрушки]; приставки игровые; приставки игровые портативные; слот-машины [игровые автоматы]; стаканы для игральные костей; устройства для игр; фишки [жетоны] для игр», услуг 35 класса МКТУ «аренда площадей для размещения рекламы; ведение автоматизированных баз данных; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; 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; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг целевой; написание текстов рекламных сценариев; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обновление рекламных материалов; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; помощь в управлении бизнесом; посредничество коммерческое; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление отзывов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление перечня веб-сайтов с коммерческой или рекламной целью; предоставление рейтингов пользователей в коммерческих или рекламных целях; предоставление торговых интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах

с целью розничной продажи; прогнозирование экономическое; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов; регистрация данных и письменных сообщений; редактирование рекламных текстов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы консультативные по управлению бизнесом; согласование деловых контрактов для третьих лиц; согласование и заключение коммерческих операций для третьих лиц; управление потребительской лояльностью; управление процессами обработки заказов товаров; услуги РРС; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги по исследованию рынка; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; экспертиза деловая; услуги оптовой и розничной продажи товаров, в том числе через Интернет-магазины», услуг 41 класса МКТУ «бронирование билетов на зрелищные мероприятия; услуги в области азартных игр; макетирование публикаций, за исключением рекламных; монтаж видеозаписей; организация досуга; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; передачи развлекательные телевизионные; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление информации по вопросам развлечений; предоставление отзывов пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление рейтинга пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление услуг игровых залов; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; прокат оборудования для игр; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики;

публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; развлечения; редактирование текстов; услуги игровые, предоставляемые онлайн через компьютерную сеть; услуги казино [игры]; услуги по распространению билетов [развлечение]; шоу-программы» заявленное обозначение соответствует пункту 1 статьи 1483 Кодекса. Так, в отношении приведенных товаров 09, 16 и 28 классов МКТУ заявленное обозначение не имеет очевидного, прямого и логического указания на их вид, свойства, назначение. Связь между названием «весенний тираж» и конкретным товаром является опосредованной. Чтобы соотнести заявленное обозначение и данные товары, потребителю требуется включить воображение, пройти через цепочку рассуждений или логических ассоциаций. Кроме того, связь между заявленным обозначением и услугами (представленными в общем виде и относящимися к совершенно разным областям применения) также является исключительно ассоциативной, метафорической. Чтобы связать это словосочетание с приведенными услугами, потребителю нужно пройти через цепочку мысленных умозаключений. Таким образом, для данных видов товаров и услуг заявленное обозначение признается соответствующим положениям пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Обобщая вышеизложенное, коллегия пришла к следующим выводам. Заявленное обозначение указывает на характеристики части заявленных товаров и услуг 16, 28, 41 классов МКТУ, относящимся к печатной и полиграфической продукции, а также товарам и услугам в сфере лотерей, для которых не соответствует положениям пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Вместе с тем, по мнению коллегии, заявленное обозначение может быть признано фантазийным для всех заявленных товаров и услуг 09 и 35 классов МКТУ, а также части товаров и услуг 16, 28, 41 классов МКТУ упомянутых выше по тексту заключения ввиду отсутствия прямого описательного характера.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

удовлетворить возражение, поступившее 19.05.2026, отменить решение Роспатента от 19.01.2026, зарегистрировать товарный знак по заявке №2024787467.