

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 30.12.2025, поданное ООО «Инвиктус», Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2024711620 (далее – решение Роспатента), при этом установлено следующее.

Обозначение «» по заявке №2024711620, поступившей в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 07.02.2024, заявлено на регистрацию в качестве товарного знака на имя заявителя в отношении товаров и услуг 03, 35 классов МКТУ, указанных в перечне заявки.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 30.08.2025 об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении всех заявленных товаров и услуг (далее – решение Роспатента). Указанное решение Роспатента было основано на заключении по результатам экспертизы, которое мотивировано несоответствием заявленного обозначения требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Заявленное обозначение сходно до степени смешения с товарным знаком



« evium » по свидетельству №815107 с приоритетом от 19.03.2020, зарегистрированным на имя Денисенко Александра Сергеевича, 361420, Кабардино-Балкарская респ., Чегемский р-н, с. Шалушка, Садовый пер., д. 150, в отношении товаров и услуг 03, 35 классов МКТУ, однородных заявленным товарам и услугам 03, 35 классов МКТУ.

Таким образом, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака для заявленных товаров и услуг на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В поступившем возражении и дополнении к нему от 24.04.2026, заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом доводы сводятся к следующему:

- сравниваемые обозначения имеют разное общее впечатление, которое формируется в силу различного прочтения и исполнения словесных элементов, различия доминирующих изобразительных элементов, цветовой гаммы обозначений в целом (наличие в противопоставленном товарном знаке доминирующего цветного элемента в виде буквы «е»);

- словесные элементы сравниваемых обозначений не являются тождественными, они отличаются одной буквой и одним звуком, причем это различие расположено в начале слова;

- по правилам латинского языка, а также многих других языков, использующих латинский алфавит, окончание «-ium» является безударным, это означает, что ударным слогом остается единственный оставшийся слог / буква – «А» и «е»;

- потребители легко обнаруживают различия между словами, если отличие находится в ударной позиции, слова соответственно читаются [Авиум] и [Эвиум] и воспринимаются по-разному (как, например, имена Алла и Элла, слова «дань» и «день»);

- таким образом, фонетическое сходство до степени смешения между сравниваемыми обозначениями отсутствует;

- графическое исполнение словесных элементов различно, они имеют разные шрифты и производят разное зрительное впечатление;

- потенциальный потребитель, совершая поиск в сети интернет по словам «Avium» и «evium», получит несовпадающие результаты;

- отсутствие сходства до степени смешения между заявленным обозначением и противопоставленным товарным знаком подтверждается также заключением специалиста ООО «Лаборатория социологической экспертизы Института социологии ФНИСЦ РАН»;

- противопоставленный товарный знак зарегистрирован в отношении части услуг 35 класса МКТУ, препятствий к регистрации заявленного обозначения в отношении остальных услуг 35 класса МКТУ, неоднородных тем, что заняты противопоставленной регистрацией, не имеется;

- по мнению заявителя регистрация заявленного обозначения может быть беспрепятственно осуществлена в отношении следующих неоднородных услуг 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; администрирование программ лояльности потребителей; анализ себестоимости; аренда кассовых аппаратов; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда офисного оборудования и 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; аренда фотокопировального оборудования; аудит коммерческий; аудит финансовый; 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 бухгалтерских документов; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; выписка счетов; демонстрация товаров; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования

конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; написание резюме для третьих лиц; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обработка текста; 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 торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск клиентов для третьих лиц; поиск партнеров для бизнеса; поиск спонсоров; помощь административная в вопросах тендера; 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; регистрация данных и письменных сообщений; 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; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом артистов; управление бизнесом временное; управление бизнесом спортсменов; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление деятельностью внештатных сотрудников; 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 агентства по трудоустройству; 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 лидогенерации; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по вырезке новостей; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые

художественными галереями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги секретарские; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса»;

- отличие в семантике осуществляется благодаря тому, что словесные элементы «Avium» и «evium» имеют различие в корневой ударной букве, главным образом влияющей на образование ассоциативных смысловых связей;

- слова имеют латинское происхождение, на что указывает латинское безударное окончание «-ium», семантическую нагрузку слов, таким образом, несут корни слов - «Av» и «ev»;

- данные корни являются короткими, состоящими всего из двух букв, и таким образом они отличаются на 50%, что является существенным для различия в восприятии;

- слово «Avium» происходит от латинского слова «avis» - «птица», также как и приставка «авиа-», русскоязычный потребитель произнесет словесный элемент заявленного обозначения как «Авиум», что неизбежно приведет его к ассоциации с приставкой «авиа-» и всем многочисленным набором слов, относящимся к авиации;

- за счет близости звучания в сознании русскоязычного потребителя создаются ассоциации с небом, полетом, воздухом, легкостью, самолетами или птицами. Графическое исполнение словесного элемента в виде взлетающих букв еще больше подчеркивает связь с этимологией, повышая различительную способность товарного знака и увеличивая различия с противопоставленным товарным знаком;

- словесный элемент «evium», не имея конкретного значения, восходит к женскому имени Ева, Эва, Эвита, слова с корнем «ev» получили широкое

распространение в сфере идентификации товаров и услуг для женской аудитории после выхода на экраны музыкального биографического фильма «Эвита» 1996 года, снятого по мотивам одноименного всемирно известного мюзикла Эндрю Ллойда Уэббера;

- ассоциативный ряд слова «evium» включает, прежде всего, значение «женское пространство», «пространство красоты», данное значение соотносится с основной сферой деятельности правообладателя противопоставленного товарного знака, а именно с услугами по наращиванию ресниц, относящимися к 44 классу МКТУ;

- заявителем не обнаружено признаков фактического использования противопоставленного товарного знака в отношении заявленных товаров 03 класса и услуг 35 класса МКТУ;

- таким образом, однородность услуг, фактически оказываемых правообладателем противопоставленного товарного знака, с услугами по заявке №2024711620 не подтверждается;

- указанное свидетельствует о крайне низкой вероятности того, что потребители действительно перепутают товары и услуги заявителя и правообладателя товарного знака «evium», и, следовательно, об отсутствии между заявленным обозначением и противопоставленным товарным знаком сходства до степени смешения.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и принять решение о государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении вышеуказанных заявленных услуг 35 класса МКТУ.

Заявителем приложено заключение специалиста ООО «Лаборатория социологической экспертизы Института социологии ФНИСЦ РАН» [1] и сведения из Википедии о фильме и мюзикле «Эвита» [2].

Изучив материалы дела и заслушав присутствующих на заседании коллегии, коллегия считает доводы возражения убедительными.

С учетом даты (07.02.2024) поступления заявки №2024711620 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 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в 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 сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с пунктом 42 Правил словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

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).

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака обозначение

Avium
|

« » по заявке №2024711620 является словесным, состоящим из

словесного элемента «Avium», выполненного буквами латинского алфавита в оригинальной графике. Конечная буква «m» в слове исполнена таким образом, что её второй и третий вертикальные элементы удлинены, ассоциативно напоминая подтеки краски.

Противопоставленный товарный знак по свидетельству №815107



представляет собой комбинированное обозначение «», включающее изобразительный элемент в виде композиции, образованной от первых букв словесного элемента «e», «v» и «i», под которой расположен словесный элемент «evium», выполненный строчными буквами латинского алфавита жирным шрифтом.

Сопоставительный анализ основных индивидуализирующих словесных элементов «Avium» заявленного обозначения и «evium» противопоставленного товарного знака показал следующее.

В словарно-справочной литературе отсутствуют сведения о семантическом значении заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака, в связи с чем провести анализ по семантическому сходству сопоставляемых обозначений не представляется возможным.

С точки зрения фонетического признака сходства словесные элементы сопоставляемых обозначений следует признать сходными, поскольку имеет место фонетическое тождество средней и конечной частей [-vium] и [-vium] заявленного обозначения и противопоставленного товарного знака по свидетельству №815107. Отличие в одной первой букве [A-] и [e-] в сравниваемых обозначениях не ведет к выводу об отсутствии фонетического сходства сравниваемых обозначений.

Визуально заявленное обозначение сходно с противопоставленным товарным знаком, так как словесные элементы сопоставляемых обозначений выполнены буквами латинского алфавита.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу о том, что сравниваемые обозначения являются сходными, ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Следует указать, что заявителем к материалам дела было представлено заключение специалиста ООО «Лаборатория социологической экспертизы Института социологии ФНИСЦ РАН» [1], указывающее на отсутствие социологических признаков сходства до степени смешения между сравниваемыми обозначениями. Вместе с тем коллегия отмечает, что данное заключение не может быть принято во внимание, поскольку является мнением частного лица. При этом коллегия также указывает, что при установлении сходства до степени смешения заявленного обозначения с противопоставленным товарным знаком она руководствовалась законодательством в области охраны товарных знаков, в связи с этим у коллегии есть все основания полагать, что сравниваемые обозначения являются сходными.

Ввиду того, что заявитель в возражении ограничивает заявленный перечень услугами 35 класса МКТУ, анализ однородности в отношении заявленных товаров 03 класса МКТУ, коллегией не проводится.

Сравнительный анализ однородности испрашиваемых в возражении услуг 35 класса МКТУ и услуг 35 класса МКТУ, в отношении которых зарегистрирован противопоставленный товарный знак по свидетельству №815107, показал следующее.

Испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ «аренда площадей для размещения рекламы; аренда рекламного времени в средствах массовой информации; аренда рекламных материалов; аренда рекламных щитов; аренда торговых автоматов; аренда торговых стендов; администрирование программ лояльности потребителей; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; веб-индексация в коммерческих или рекламных целях; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; демонстрация товаров;

изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; написание резюме для третьих лиц; онлайн-сервисы по розничной торговле загружаемой виртуальной одеждой; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация и проведение коммерческих мероприятий; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; поиск клиентов для третьих лиц; поиск партнеров для бизнеса; поиск спонсоров; помощь административная в вопросах тендера; 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; проведение аукционов; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; тестирование психологическое при подборе персонала; управление бизнесом артистов; управление бизнесом временное; управление бизнесом спортсменов; управление деятельностью внештатных сотрудников; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги консультационные для бизнеса по цифровой трансформации; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле произведениями искусства, предоставляемые художественными галереями;

услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных специалистов для работы с клиентами; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса; онлайн-сервисы розничные для скачивания предварительно записанных музыки и фильмов; онлайн-сервисы розничные для скачивания рингтонов; онлайн-сервисы розничные для скачивания цифровой музыки; службы административные по медицинским направлениям; согласование деловых контрактов для третьих лиц; управление внешнее административное для компаний; управление гостиничным бизнесом; управление коммерческими проектами для строительных проектов; управление коммерческое программами возмещения расходов для третьих лиц; управление компьютеризированное медицинскими картами и файлами; управление программами часто путешествующих; услуги агентства по трудоустройству; услуги коммерческого лоббирования; услуги коммерческого посредничества; услуги конкурентной разведки; услуги лидогенерации; услуги по исследованию рынка; услуги субподрядные [коммерческая помощь]» являются сопутствующими и однородными услугам 35 класса МКТУ «агентства рекламные; консультации по вопросам организации и управления бизнесом; консультации по организации бизнеса; консультации по управлению бизнесом; консультации по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; маркетинг; помощь в управлении бизнесом; оптовая и розничная продажа» противопоставленного товарного знака, поскольку они относятся к услугам кадровым и рекламным, услугам в области бизнеса, услугам по продвижению товаров и услуг, услугам консультативным в сфере бизнеса, следовательно, они соотносятся друг с другом как род-вид, имеют одно назначение, круг потребителей и оказываются одними и теми же предприятиями и организациями.

Вместе с тем испрашиваемые услуги 35 класса МКТУ «абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; анализ себестоимости; аренда кассовых аппаратов; аренда офисного оборудования в коворкинге; аренда

офисного оборудования и аппаратов; аренда фотокопировального оборудования; аудит коммерческий; аудит финансовый; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; выписка счетов; запись сообщений [канцелярия]; изучение общественного мнения; обновление и поддержание информации в регистрах; обновление и поддержка информации в электронных базах данных; обработка текста; организация подписки на газеты для третьих лиц; организация подписки на услуги электронного сбора платы за проезд для третьих лиц; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление информации телефонных справочников; пресс-службы; прогнозирование экономическое; регистрация данных и письменных сообщений; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; сведения о деловых операциях; систематизация информации в компьютерных базах данных; службы корпоративных коммуникаций; службы по связям с прессой; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; услуги агентства по коммерческой информации; услуги административные по переезду предприятий; услуги в области общественных отношений; услуги машинописные; услуги онлайн-заказа еды из ресторанов на вынос и доставку; услуги по вырезке новостей; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги приема посетителей [офисные функции]; услуги секретарские; услуги стенографистов; услуги телефонных ответчиков для отсутствующих абонентов; услуги телефонных станций; услуги фотокопирования», относящиеся к услугам посредническим и офисным, услугам бухгалтерского учета, услугам по исследованию общественного мнения, услугам информационно-справочным, являются неоднородными услугам 35 класса МКТУ противопоставленного товарного знака, относящимся к услугам в области

бизнеса, рекламы, продвижения товаров, поскольку относятся к разного вида и рода услугам, имеют разное назначение, оказываются различными организациями и предприятиями, имеют разный круг потребителей, сравниваемые услуги не являются взаимозаменяемыми.

Отсутствие однородности в отношении части сопоставляемых услуг 35 класса МКТУ не приведет к возможности отнесения данных услуг как оказываемых одним производителем, следовательно, к смешению сравниваемых обозначений на рынке потребительских услуг.

Резюмируя вышеизложенное, заявленное обозначение может быть зарегистрировано в качестве товарного знака в отношении вышеуказанных услуг 35 класса МКТУ, приведенных в возражении, так как оно в данной части услуг не противоречит требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

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

удовлетворить возражение, поступившее 30.12.2025, отменить решение Роспатента от 30.08.2025 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2024711620.