

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
по результатам рассмотрения  возражения  заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации с изменениями, внесенными Федеральным законом Российской Федерации от 12 марта 2014 г. № 35-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и четвертую Гражданского кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты 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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 05.08.2025, поданное Обществом с ограниченной ответственностью "ДЭЯ системс", Москва (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) о государственной регистрации товарного знака по заявке №2024784457 при этом установила следующее.



Обозначение « » по заявке №2024784457 подано 31.07.2024 на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров 09, 16, 18, 25, 35, 41, 42 классов МКТУ.


Роспатентом 29.05.2025 принято решение о государственной регистрации товарного знака по заявке №2024784457 в отношении товаров и услуг 09, 42 классов МКТУ, а в отношении товаров и услуг 16, 18, 25, 35, 41 классов МКТУ в

регистрации было отказано, так как установлено несоответствие требованиям пунктов 6(2), 1 статьи 1483 Кодекса.


В результате проведения экспертизы обозначения, заявленного в качестве товарного знака установлено, Входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «MUSIC» (в переводе с англ.яз. – «музыка» - искусство, отражающее действительность в звуковых художественных образах, см. Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. — 4-е изд., стер. — М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999, <https://kartaslov.ru/значение-слова/музыка>) является неохранным на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса, поскольку не обладает различительной способностью, так как указывает на вид и назначение заявленных товаров и услуг.

Кроме того, выявлены сходные до степени смешения товарные знаки:




[1] - «», зарегистрированный под №1087167 с датой приоритета от 29.02.2024 на имя Безуглой Валентины Юрьевны, 352855, Краснодарский край, Туапсинский р-н, пгт. Новомихайловский, ул. Лесная, д.20, в отношении однородных товаров и услуг 16 и 41 классов МКТУ;



[2] - «», зарегистрированный под №910063 с датой приоритета от 01.07.2022 на имя Общества с ограниченной ответственностью "Трейдопт", 115093, город Москва, ул Щипок, д. 18, ком. 7,8, в отношении однородных товаров и услуг 18, 25 и 35 классов МКТУ;



[3] - «», зарегистрированный под №818758 с датой приоритета от 14.04.2020 на имя Общества с ограниченной ответственностью Фирма "Дея", 360019, Кабардино-Балкарская Республика, г. Нальчик, ул. Кирова, 320, в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ.

В связи с изложенным, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака для товаров и услуг 16, 18, 25, 35 и 41 классов МКТУ на основании пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 05.08.2025 поступило возражение на решение Роспатента.

Заявитель выразил несогласие с выводом о сходстве сопоставляемых обозначений до степени смешения, указывая на отличия в шрифтовом исполнении, в разных языках, которыми выполнены обозначения, в композиции знаков, а также в разных сферах деятельности владельцев противопоставленных товарных знаков и заявленного обозначения.

На основе вышеизложенного выражена просьба изменить решение Роспатента от 29.05.2025 и зарегистрировать товарный знак по заявке №2024784457 в отношении всех товаров и услуг 16, 18, 25, 35, 41 классов МКТУ.

На заседании коллегии, состоявшемся 04.12.2025, от заявителя поступили дополнительные пояснения относительно аффилированности компаний «Дэя Систем» и «Дэя Мьюзик», а также подано ходатайство о переносе, в котором сообщалось о намерении получить письма-согласия от владельцев противопоставленных товарных знаков.

Также в графе 6 протокола заседания от 04.12.2025 отмечено, что заявитель не оспаривает применение пункта 1 статьи 1483 Кодекса к словесному элементу «music».

Затем, 03.02.2026 от заявителя поступило ходатайство о переносе рассмотрения возражения, которое было удовлетворено, а также уведомление о смене представителя и доверенность на новое уполномоченное лицо.

На заседании 30.03.2026 представитель заявителя вновь ходатайствовал о переносе сроков рассмотрения возражения, ввиду ведения переговоров с владельцами противопоставленных товарных знаков. Вместе с тем, вследствие отсутствия ответов со стороны правообладателей противопоставлений на предложения заявителя от 16.01.2026, в удовлетворении ходатайства о переносе было отказано.

Изучив материалы дела, заслушав представителя заявителя, коллегия установила следующее.

С учетом даты (31.07.2024) поступления заявки №2024784457 на регистрацию товарного знака правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения в качестве товарного знака 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.

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: - вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида (подпункт 1); - являющихся общепринятыми символами и терминами (подпункт 2); 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 (подпункт 3).

Согласно пункту 34 Правил в ходе экспертизы заявленного обозначения устанавливается, не относится ли заявленное обозначение к объектам, не обладающим различительной способностью или состоящим только из элементов, указанных в пункте 1 статьи 1483 Кодекса.

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.

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 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.

Согласно пункту 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

В соответствии с пунктом 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

- 1) 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;

2) 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;

3) 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.


Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака комбинированное




обозначение «» по заявке №2024784457 с приоритетом от 31.07.2024 состоит из словесных элементов «DEYA MUSIC», выполненных буквами латинского алфавита, а также из изображения окружности и полукруга с черточкой и прямоугольником. Правовая охрана испрашивается в отношении товаров и услуг 16, 18, 25, 35, 41 классов МКТУ в дополнение к товарам

и услугам 09, 42 классов МКТУ, в отношении которых уже принято решение о регистрации.




Противопоставленный товарный знак [1] «» по свидетельству №1087167 с датой приоритета от 29.02.2024 выполнен оригинальным шрифтом буквами русского алфавита. Правовая охрана товарного знака действует в отношении однородных товаров и услуг 16 и 41 классов МКТУ;



Противопоставленный товарный знак [2] «» по свидетельству №910063 с датой приоритета от 01.07.2022 является комбинированным и состоит из словесного элемента «DEYA», выполненного буквами латинского алфавита на фоне серого прямоугольника. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении однородных товаров и услуг 18, 25 и 35 классов МКТУ.



Противопоставленный товарный знак [3] » по свидетельству №818758 с датой приоритета от 14.04.2020 выполнен буквами как русского, так и латинского алфавита, где буква я выполнена оригинальным образом, составляя композицию с восклицательным знаком. Правовая охрана товарного знака действует в отношении услуг 35 класса МКТУ.

Анализ обозначения по заявке №2024784457 на соответствие требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Заявленное обозначение является комбинированным, как и противопоставленные товарные знаки [2-3], соответственно данные обозначения могут быть сопоставлены по словесным и изобразительным элементам, в то время как сопоставление с противопоставленным товарным знаком [1] допустимо исключительно по словесному элементу.

В заявленном обозначении охраняемым словесным элементом является слово «DEYA», в то время как слово «music» признано неохраняемым в рамках решения Роспатента от 29.05.2025, что заявителем не оспаривается. Таким образом, сопоставление правомерно проводить по словесному элементу «DEYA».

Словесный элемент «DEYA» заявленного обозначения и словесные элементы «DEYA» / «ДЕЯ» / «ДЕЯ» противопоставленных товарных знаков [1-3] фонетически тождественны друг другу, так как воспроизводятся как «ДЕЯ».

Графические отличия можно установить только со знаком [1], так как он выполнен буквами русского алфавита, а с противопоставленными товарными знаками [2-3] следует констатировать визуальное сходство за счет совпадения алфавита, которым выполнены словесные элементы, повторения всех графем со знаком [2] и двух графем со знаком [3].

Что касается отличий в дополнительных изобразительных элементах сопоставляемых обозначений, то такие отличия носят второстепенный характер, так как сходство словесных элементов превалирует.

Таким образом, обозначение по заявке №2024784457 и противопоставленные товарные знаки [2-3] являются в высокой степени сходными друг с другом за счет фонетического и графического сходства их словесных элементов, а с противопоставленным товарным знаком [1] за счет фонетического вхождения противопоставленного словесного знака в состав заявленного обозначения.

Анализ однородности товаров и услуг 16, 18, 25, 35, 41 классов МКТУ, для которых испрашивается регистрация обозначения по заявке №2024784457, и товаров/услуг, в отношении которых предоставлена правовая охрана противопоставленным товарным знакам [1-3], показал следующее.

Заявленные товары 16 класса МКТУ *«авторучки; акварели [картины]; альбомы; блокноты; бумага; вымпелы бумажные; держатели для документов [канцелярские принадлежности]; карандаши; принадлежности письменные; репродукции графические; товары канцелярские; флаги бумажные; флаеры; фотографии [отпечатанные]; шаблоны; шрифты типографские; эмблемы [клейма бумажные]; эстампы [гравюры]»* являются тождественными части товаров 16 класса МКТУ противопоставленного товарного знака [1], заявленные товары 18 класса МКТУ *«бирки пришивные для одежды кожаные; бумажники; визитницы; держатели для кредитных карт [бумажники]; зонты; картодержатели [бумажники]; кейсы из кожи или кожкартона; кожа веганская; кожа*

*искусственная; кожа необработанная или частично обработанная; кошельки; мешки [конверты, сумки] кожаные для упаковки; молескин [имитация кожи]; наборы дорожные [кожгалантерея]; органайзеры для багажа; папки для нот; портмоне; портфели [кожгалантерея]; ремешки кожаные; сумки; чемоданы; шнуры кожаные; этикетки кожаные», товары 25 класса МКТУ «- банданы [платки]; белье нижнее; береты; боксеры [шорты]; ботильоны; валенки [сапоги фетровые]; варежки; воротники [одежда]; воротники съемные; вставки для рубашек; вуали [одежда]; габардины [одежда]; галстуки; галстуки-банты с широкими концами; гамаши; гамаши короткие; гетры [теплые носочно-чулочные изделия]; джерси [одежда]; жилеты; изделия спортивные трикотажные; изделия трикотажные; капюшоны [одежда]; кепки [головные уборы]; кимоно; козырьки для фуражек; козырьки, являющиеся головными уборами; колготки; комбинезоны [одежда]; костюмы; костюмы купальные; костюмы маскарадные; костюмы пляжные; косынки; куртки [одежда]; наушники [одежда]; носки; перчатки [одежда]; перчатки без пальцев; перчатки велосипедные; перчатки водительские; пижамы; плавки; пластроны; платки головные; платки шейные; платочки для нагрудных карманов; пончо; пояса [одежда]; рубашки; рубашки с короткими рукавами; сарафаны; свитера; стельки; тапочки банные; термоперчатки для устройств с сенсорным экраном; трикотаж [одежда]; трусы; туфли; туфли комнатные; уборы головные; фартуки [одежда]; футболки; части обуви носочные; шарфы-трубы; юбки; юбки нижние; юбки-шорты» являются тождественными части товаров 18, 25 классов МКТУ противопоставленного товарного знака [2].*

*Услуги 35 класса МКТУ «исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; 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; поиск клиентов для третьих лиц; продвижение продаж для третьих лиц; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; публикация рекламных текстов; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение рекламных материалов; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; систематизация информации в компьютерных базах данных; услуги консультационные для бизнеса по цифровой трансформации; услуги консультационные по управлению бизнесом; услуги по исследованию рынка; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги рекламных агентств; услуги фотокопирования; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса», представляющие собой услуги помощи бизнесу, а именно, услуги по продвижению и продаже товаров, исследованию рынка, услуги секретарей, в части идентичны, а остальной части однородны услугам 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; агентства по коммерческой информации; агентства рекламные; анализ себестоимости; 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, касающиеся коммуникационных стратегий в связях с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг целевой; менеджмент в области творческого бизнеса; менеджмент спортивный; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; 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 подписки на газеты для третьих лиц; организация показов мод в рекламных целях; организация торговых ярмарок; оформление витрин; оценка коммерческой деятельности; 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; пресс-службы; прогнозирование экономическое; продажа аукционная; продажа оптовая фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продажа розничная произведений искусства художественными галереями; продажа розничная фармацевтических, ветеринарных, гигиенических препаратов и медицинских принадлежностей; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат офисного оборудования и аппаратов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; 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 административные по медицинским направлениям; службы консультативные по управлению бизнесом; телемаркетинг; услуги PPC; услуги

коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги манекенищников для рекламы или продвижения товаров; услуги машинописные; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по оптимизации трафика веб-сайта; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по программированию встреч [офисные функции]; услуги по розничной торговле хлебобулочными изделиями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламные «оплата за клик»; услуги секретарей; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги стенографистов; услуги фотокопирования» противопоставленного товарного знака [3].

Заявленные услуги 41 класса МКТУ «академии [обучение]; аренда произведений искусства; аренда реквизита для киносъемок; бронирование билетов на зрелищные мероприятия; видеосъемка; выпуск музыкальной продукции; дискотеки; издание книг; исследования в области образования; квест комнаты [развлечения]; кинопрокат; монтаж видеозаписей; монтирование теле- и радиопрограмм; написание теле- и киносценариев; образование музыкальное; обучение; организация выставок с культурно- просветительной целью; организация досуга; организация и проведение концертов; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение развлекательных мероприятий; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; организация костюмированных представлений для развлечений; организация показов мод в развлекательных целях; постановка шоу; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы "видео по запросу"; предоставление онлайн-изображений, не загружаемых; предоставление отзывов пользователей в развлекательных или культурных целях; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; производство подкастов; производство фильмов, за исключением рекламных; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; радиопередачи развлекательные; редактирование текстов; составление программ встреч

*[развлечение]; услуги видеомонтажа мероприятий; услуги караоке; услуги киностудий; услуги композиторов; услуги образовательные; услуги по написанию сценариев, за исключением рекламных; услуги по распространению билетов [развлечение]; услуги по сочинению музыки; услуги развлекательные; услуги студий записи; фотографирование; фоторепортажи; шоу-программы»* представляют собой услуги образовательные и развлекательные, которые являются однородными услугам 41 класса МКТУ «*академии [обучение]; аренда оборудования для игр; издание книг; клубы здоровья [оздоровительные и фитнес-тренировки]; обучение; обучение практическим навыкам [демонстрация]; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; передача знаний и ноу-хау в сфере бизнеса [обучение]; передача ноу-хау [обучение]; переподготовка профессиональная; предоставление информации в области образования; предоставление обучения и образовательного экзамена для целей сертификации; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; проведение экзаменов; производство подкастов; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; составление программ встреч [развлечение]; тьюторинг; услуги баз отдыха [развлечения]; услуги образовательные; услуги образовательные, предоставляемые школами; услуги репетиторов [обучение]*» противопоставленного товарного знака [1], так как сопоставляемые услуги являются услугами одних родовых групп – образование и развлечение.

Установив высокую степень сходства сопоставляемых обозначений, а также в части идентичность, а в остальной части высокую степень однородности заявленных товаров и услуг 16, 18, 25, 35, 41 классов МКТУ соответствующим товарам и

услугам противопоставленных товарных знаков [1-3], коллегия приходит к выводу о вероятности смешения сопоставляемых обозначений.

Что касается отличий в областях деятельности, то коллегия отмечает, что при исследовании пункта 6 статьи 1483 Кодекса сопоставление происходит между заявленным перечнем и товарами /услугами, для которых действует правовая охрана противопоставленных товарных знаков.

С учетом изложенного, обозначение по заявке №2024784457 не соответствует требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса в отношении всех заявленных товаров и услуг 16, 18, 25, 35, 41 классов МКТУ.

Следовательно, выводы оспариваемого решения Роспатента о несоответствии обозначения по заявке №2024784457 требованиям пункта 6 (2) статьи 1483 Кодекса является правомерными.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 05.08.2025, оставить в силе решение Роспатента от 29.05.2025.**