

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 25.04.2024, поданное ООО «Правовое поле», Кировская обл., г. Киров (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023734592 (далее – решение Роспатента), при этом установила следующее.

Предоставление правовой охраны товарному знаку по заявке № 2023734592, поданной 25.04.2023, испрашивалось на имя заявителя в отношении услуг 35, 45 классов МКТУ, указанных в перечне.

Согласно материалам заявки заявлено словесное обозначение:
«Правовое поле».

Решение Роспатента от 08.02.2024 об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке № 2023734592 было принято на основании заключения по результатам экспертизы, согласно которому установлено, что заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса. Указанные доводы мотивированы следующим:

- заявленное обозначение «ПРАВОВОЕ ПОЛЕ» представляет собой термин, обозначающий совокупность всех правоотношений, которые возникают в обществе. В силу своей сложности, оно охватывает все сферы жизни: экономическую, социальную, политическую. В правовом поле находятся юридические лица и

граждане, являющиеся субъектами правовых отношений, и объекты, которые являются предметами этих отношений (см., например, <https://wmbild.ru/chto-takoe-pravovoe-pole-i-zachem-ono-nuzhno>; <https://pravoved.ru/question/1008311/>; <https://dom.vospari23.ru/house/chto-takoe-pravovoe-pole-prostymi-slovami.html>);

- относительно представленных материалов, доказывающих различительную способность, экспертиза отмечает, что представленные договоры, публикации в отношении заявителя, выписка из ЕГРЮЛ, ссылка на сайт заявителя, ссылка на аналитическое досье и публикации в СМИ, не позволяют сделать вывод о появлении ассоциации заявленного обозначения с заявителем у потребителя. В связи с чем, не представляется возможным отнести указанные документы в качестве доказательств приобретения различительной способности заявленным обозначением до даты подачи заявки. Кроме того, материалы, доказывающие приобретенную различительную способность, должны относиться к конкретным товарам и/или услугам, включенным в перечень товаров и услуг. При этом в условиях отсутствия сведений об осведомленности конечного потребителя о заявленном обозначении и его однозначной ассоциативности с товарами (услугами) именно заявителя, которые могут быть представлены в рамках социологических опросов, экспертизой не может быть принято решение о предоставлении правовой охраны не обладающим различительной способностью элементам. Таким образом, заявленное обозначение не способно индивидуализировать заявленные услуги, то есть выполнять основную функцию товарного знака, в связи с чем, не обладает различительной способностью и не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака.

В Федеральную службу по интеллектуальной собственности поступило 25.04.2024 возражение, в котором заявитель выразил несогласие с решением Роспатента от 08.02.2024.

Доводы возражения, поступившего 25.04.2024, а также последующих дополнений к нему сводятся к следующему:

- термин - это слово или словосочетание, призванное обозначить понятие и его соотношение с другими понятиями в пределах специальной сферы. Термины служат специализирующими, ограничительными обозначениями характерных для этой сферы предметов, явлений, их свойств и отношений. Они существуют лишь в рамках

определенной терминологии. Основным источником, позволяющим отнести обозначение к общепринятому термину, являются терминологические словари и специализированная литература;

- ссылки экспертизы на сайты сети Интернет не подтверждают вывод о том, что словосочетание "правовое поле" имеет конкретное лексическое значение, поскольку размещенные на этих ресурсах статьи не являются официальной информацией;

- указанные экспертизой сайты представляют собой сайты свободного наполнения и не относятся к официальным СМИ, сборникам законодательства, электронным словарям, энциклопедиям или правовым системам. Указанные сайты могли быть созданы и впоследствии заполнены информацией абсолютно любым лицом и содержат субъективные рассуждения и не могут быть использованы в качестве достоверного и репрезентативного источника широкой информации;

- информация, содержащаяся на приведенных ресурсах, не содержит ссылок на словари, статьи, учебники, энциклопедии, монографии и т.п.;

- обозначение «правовое поле» не является термином, а воспринимается как собирательное понятие, при этом на приведенных ресурсах указанное понятие раскрывается по-разному в зависимости от знаний автора, его опыта, образования, целей и иных факторов: «правовое поле – это совокупность всех правоотношений, которые возникают в обществе» (источник: <https://4fz.ru/chto-takoe-pravovoe-pole-i-zachem-ono-nuzhno>); «правовое поле – вторичная социальная система, которая выражает информационные интересы о правилах поведения первичной социальной общности». Указанные данные не могут говорить о его однозначной семантике и противоречат природе понятия «термин»;

- примерами терминов для сферы услуг, охватываемых перечнем 45 класса МКТУ, может являться понятие «юридическое лицо», «апелляционная жалоба» и прочие, имеющие легально закрепленное определение и конкретную семантику (в частности, в Кодексе, Гражданском процессуальном кодексах Российской Федерации соответственно);

- при квалификации обозначения в качестве общепринятого термина в области социальной, экономической и политической жизни общества в контексте правоотношений субъектов и отсутствии у него различительной способности

ожидается указание, для каких именно указанных в перечне услуг 35 и 45 классов МКТУ оно является таковым;

- по отношению к услугам 35, 45 классов МКТУ, для которых испрашивается правовая охрана, использование понятия «правовое поле» в контексте термина не применимо. Конкретная и однозначная семантика обозначения "правовое поле" не очевидна рядовому потребителю, значение указанного словосочетания может быть установлено только путем дополнительных рассуждений, домысливания и является полисемичным;

- с учетом того, что обозначение является многозначным, фантазийным и может вызывать различные смысловые ассоциации и образы, не представляется возможным установить и его характеристики в отношении каждой указанной услуги 35 и 45 классов МКТУ;

- обозначение является ассоциативным, способным индивидуализировать товары/услуги конкретного лица;

- заявителем в материалы экспертизы с ответом от 08.12.2023 г. на уведомление от 30.08.2023 г. по результатам проверки на соответствие заявленного обозначения требованиям законодательства представлены материалы, свидетельствующие о длительном использовании заявленного обозначения в своей деятельности при оказании заявленных услуг. ООО «Правовое поле» зарегистрировано 02.02.2017 г. и осуществляло хозяйственную деятельность с использованием сочетания «правовое поле» для индивидуализации услуг;

- за период, составляющий более 6 лет до даты подачи заявки, основной объем оказанных юридических услуг связан с исполнением обязательств в рамках заключенных сделок, предметом которых является по своей сути придание земельным участкам легального статуса. Так, по результатам оказания услуг, земельный участок (он же «поле» в буквальном смысле как аналог понятия «земельный участок») «возвращается» в гражданский оборот, приобретает законного собственника с зарегистрированным правом, т.е. становится «правовым», законно оформленным. До даты подачи заявки заявленное обозначение воспринималось потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации услуг

определенного лица именно в силу неразрывной связи оказываемых заявителем услуг и заложенной в словосочетание семантикой;

- заявитель ссылается на принципы правовой определенности и законных ожиданий.

Так, для услуг 45 класса МКТУ согласно Государственному реестру товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации зарегистрированы следующие

товарные знаки: «  » по свидетельству № 667170, приоритет от 11.09.2015,

правообладатель: ООО "Патентное бюро АЙПИ ПРАВО", Москва, «  » по свидетельству № 407496, приоритет от 11.12.2008, правообладатель: ООО "Правовое бюро "Законный интерес", г. Нижний Новгород;

- по мнению Суда по интеллектуальным правам (см. дело № СИП-1117/2021 от 17.02.2022, «CLAIMS») средним потребителем юридических услуг в большинстве случаев является лицо, не обладающее специальными познаниями в этой области, и именно поэтому нуждающееся в оказании ему квалифицированной правовой помощи. Заявитель считает, что аналогичный подход и выводы судов могут быть применимы и по отношению к словесному обозначению «Правовое поле»;

- обозначение «Правовое поле» не относится к областям экономики и юридической науки и не может быть термином, его нет ни в цивилистической и иной литературе, ни в нормативно-правовых источниках;

- заявителем ограничен заявленный перечень до услуг, связанных с юридической сферой деятельности заявителя, а также приведены сведения из судебной практики (например, ссылки на дела №№ СИП-503/2023, СИП-1030/2022, СИП-473/2022 и т.п.).

На основании изложенного в возражении содержится просьба об отмене решения Роспатента и регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака в отношении ограниченного перечня услуг:

- 35 класс МКТУ *«аудит коммерческий; аудит финансовый; бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; ведение автоматизированных баз данных; ведение бухгалтерских документов; ведение переговоров и заключение коммерческих сделок для третьих лиц; выписка счетов; 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 по управлению персоналом; консультации профессиональные в области бизнеса; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг влияния; маркетинг целевой; 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 и проведение коммерческих мероприятий; оценка коммерческой деятельности; подготовка исследований рентабельности бизнеса; подготовка платежных документов; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск клиентов для третьих лиц; поиск спонсора; помощь административная в вопросах тендера; помощь в управлении бизнесом; помощь в управлении коммерческими или промышленными предприятиями; 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; пресс-службы; проведение аукционов; прогнозирование экономическое; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; 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; согласование деловых контрактов для третьих лиц; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; составление налоговых деклараций; составление отчетов о счетах; управление бизнесом временное; 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; услуги агентства по коммерческой информации; 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 консультационные по управлению бизнесом; услуги по исследованию рынка; услуги по напоминанию о встречах [офисные функции]; услуги по обработке данных [офисные функции]; услуги по планированию встреч [офисные функции]; услуги по подаче налоговых деклараций; услуги посреднического бизнеса, связанные с подбором различных

специалистов для работы с клиентами; услуги субподрядные [коммерческая помощь]; услуги экспертные по повышению эффективности бизнеса»;

- 45 класс МКТУ «арбитраж; аренда доменных имен в сети Интернет; аудит на соответствие законодательству; аудит на соответствие нормативным требованиям; исследования генеалогические; исследования правовые в области охраны окружающей среды; исследования юридические; консультации по вопросам интеллектуальной собственности; консультации юридические по вопросам патентного картирования; консультации юридические по запросу при заключении договора о поставках; контроль в области интеллектуальной собственности для юридических лиц; лицензирование [услуги юридические] в части публикации программного обеспечения; лицензирование интеллектуальной собственности; лицензирование программного обеспечения [услуги юридические]; модерация контента для интернет-чатов; обеспечение правопорядка; определение местонахождения и отслеживание потерянного имущества; определение местоположения и отслеживание пропавших людей; организация политических собраний; передача права собственности юридическая; поиск пропавших людей; представление интересов в суде; проверка состояния безопасности предприятий; регистрация доменных имен [услуги юридические]; редактирование личной корреспонденции; сбор информации о физических лицах; управление делами по авторскому праву; услуги агентств по установлению социальных отношений; услуги агентств по усыновлению; услуги адвокатские; услуги брачных агентств; услуги детективных агентств; услуги по внесудебному разрешению споров; услуги по определению местоположения украденного; услуги по подготовке юридических документов; услуги по разрешению споров; услуги политического лоббирования; услуги социальных сетей онлайн; услуги судебных приставов; услуги юридические в области иммиграции; услуги юридические по управлению лицензиями; услуги юридические, связанные с согласованием договоров для третьих лиц; услуги юридического наблюдения».

В подтверждение своих доводов заявителем представлены следующие документы:

- выписка ЕГРЮЛ в отношении заявителя – (1);
- уведомление ФИПС по заявке № 2023734592 от 30.08.2023 г. – (2);
- доводы (ответ на уведомление) от 08.12.2023 г. – (3);
- договоры в сфере легализации земельных участков с использованием обозначения «Правовое поле» (№№ Ю-4 от 03.07.2017, Ю-1 от 02.07.2019, Ю-3 от 26.06.2017, Ю-2 от 26.02.2018, Ю-4 от 18.09.2018, Ю-7 от 25.08.2022, Ю-1 от 21.03.2017, Ю-2 от 04.05.2017, Ю-5 от 12.07.2017, Ю-1 от 02.07.2019, Ю-4 от 28.06.2022, Ю-5 от

- 20.02.2023, Ю-1 от 01.04.2022, в том числе с документами, подтверждающими исполнение договоров) – (4);
- договоры в отношении деятельности с использованием обозначения «Правовое поле» в сфере юридических услуг с 2017 г. – (5);
 - договоры №№ 01-214 от 24.04.2017 г., 71 от 20.03.2018 г., 17/45 от 17.04.2018 г. на размещение рекламных и информационных материалов в СМИ – (6);
 - публикации в отношении ООО «Правовое поле» – (7);
 - решение Роспатента от 08.02.2024 г. – (8);
 - Интернет-страницы с размещением «Большого юридического словаря» (сайт courts.spb.ru), электронный образ поискового запроса по сочетанию «правовое поле» в «Большом юридическом словаре» (сайт courts.spb.ru), электронный образ страниц 409-421 «Большого юридического словаря» под ред. Додонова В.Н., 2001 г. (сайт chakinsky.ru), электронный образ страниц 1-4, 552-569 «Популярного юридического энциклопедического словаря» под ред. Горкина А.П., электронный образ страниц 1-3, 549-568 «Большого юридического словаря» Борисова А.Б., Электронный образ страниц 1-3, 272-280 «Юридического энциклопедического словаря» под ред. Сухарева А.Я., электронный образ страниц 1-2, 1052 «Большого энциклопедического словаря» под ред. Прохорова А.М. – (9).

Изучив материалы дела, выслушав лиц, участвующих при рассмотрении возражения, поступившего 25.04.2024, коллегия установила следующее.

С учетом даты подачи (25.04.2023) заявки № 2023734592 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 г. № 482, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015 г., рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 г. (далее – Правила).

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

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

Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают доминирующего положения.

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

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

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 (пункт 34 Правил).

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся сведения, характеризующие товар, материал, сырье, из которого изготовлен товар, а также относятся 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.

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, в частности, простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования, сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, общепринятые наименования и т.д.

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.

В соответствии с пунктом 35 Правил указанные в пункте 34 настоящих Правил элементы могут быть включены в соответствии с пунктом 1 статьи 1483 Кодекса в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 1.1 статьи 1483 Кодекса.

Для доказательства приобретения обозначением различительной способности, предусмотренной подпунктом 1 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения обозначением различительной способности, проводится проверка, в рамках которой

учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения обозначением различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

Заявленное обозначение «**Правовое поле**» по заявке № 2023734592 является словесным, выполнено стандартным шрифтом буквами русского алфавита в одну строку. Регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака испрашивается в отношении ограниченного перечня услуг 35, 45 классов МКТУ, указанных в возражении.

Решение Роспатента от 08.02.2024 мотивировано несоответствием заявленного обозначения положениям, предусмотренным пунктом 1 статьи 1483 Кодекса.

В заключении по результатам экспертизы отмечено, что согласно приведенным сайтам сети Интернет словесное обозначение «Правовое поле» в силу своего семантического значения представляет собой термин, обозначающий совокупность всех правоотношений, которые возникают в обществе. В силу своей сложности, оно охватывает все сферы жизни: экономическую, социальную, политическую. В правовом поле находятся юридические лица и граждане, являющиеся субъектами правовых отношений, и объекты, которые являются предметами этих отношений.

Следует пояснить, что под термином (от лат. terminus - «предел, граница») подразумевается слово или словосочетание, являющееся названием строго определённого понятия какой-нибудь области науки, техники, искусства и так далее (см. электронный словарь: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>). Общепринятые символы и термины содержатся в словарях, справочниках, они символизируют какую-либо область хозяйства или деятельности, к которым относятся товары или услуги, содержащиеся в перечне товаров, в отношении которых осуществляется регистрация товарного знака.

Анализ приведенных в заключении по результатам экспертизы сайтов показал, что на них приведено некое собирательное понятие «правовое поле», касающееся общественных отношений (гражданские, семейные, административные и т.д.), которые регулируются законами государства. То есть, вне правового поля, означает нарушение закона или действия людей и организаций за его рамками.

Приведение данного словосочетания на указанных сайтах само по себе не приводит к терминологическому характеру данных элементов. Так, указанные источники не являются официальными литературными изданиями, терминологическими словарями, энциклопедиями в области юриспруденции. Вместе с тем, заявителем представлены официальные источники (9), представляющие собой юридические словари и энциклопедии («Большой юридический словарь» под ред. Додонова В.Н., 2001 г., «Популярный юридический энциклопедический словарь под ред. Горкина А.П., «Большой юридический словарь» Борисова А.Б., «Юридический энциклопедический словарь» под ред. Сухарева А.Я., «Большой энциклопедический словарь» под ред. Прохорова А.М.), согласно которым такого термина или официально закрепленного понятия как «правовое поле» не существует.

В отсутствие ссылок на словарно-справочные словари, толковые словари и иные издания, позволяющие определить, что словесный элемент является термином, отнесение обозначения к таковым не обосновано (см. Постановление Президиума СИП от 06.10.2023 г. по делу СИП-473/2022).

При восприятии заявленного обозначения у потребителей будут возникать разные ассоциации: возможные правовые отношения в разных сферах деятельности; взаимоотношения сторон в рамках закона; законные основания или интересы и т.п.

Заявителем ограничен перечень услуг 35 и 45 классов МКТУ услугами рекламы, сбыта, продвижения, информационными услугами, бизнес-услугами, офисными, юридическими услугами.

Вместе с тем, как было указано выше, официальными словарями и энциклопедиями в области права такая терминологическая единица как «правовое поле» не закреплена, что свидетельствует об ассоциативном восприятии

заявленного обозначения в зависимости от знаний и восприятия исследуемого обозначения потребителями.

Коллегией приняты во внимание документы (1,4-7), в соответствии с которыми заявитель осуществляет свою деятельность в области оказания юридических услуг (в частности, в области земельного права). За период, составляющий более 6 лет до даты подачи заявки, основной объем оказанных юридических услуг связан с исполнением обязательств в рамках заключенных сделок, предметом которых является по своей сути придание земельным участкам легального статуса. Договоры в отношении рекламной продукции касаются размещения рекламы в отношении заявителя в наиболее распространенных СМИ (газеты, журналы). Представленные на стадии экспертизы договоры, публикации в отношении деятельности заявителя, публикации в СМИ и т.п. также свидетельствуют об оказании им юридических и консультационных услуг.

Следовательно, вывод, указанный в заключении по результатам экспертизы, о том, что заявленное обозначение в отношении услуг 35, 45 классов МКТУ ограниченного перечня подпадает под действие требований, регламентированных пунктом 1 статьи 1483 Кодекса является ошибочным.

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

удовлетворить возражение, поступившее 25.04.2024, отменить решение Роспатента от 08.02.2024 и зарегистрировать товарный знак по заявке № 2023734592.