

Дата поступления рукописи в редакцию: 05.02.2026 г.

DOI: 10.24412/2782-3830-2026-2-220-226

Дата принятия рукописи в печать: 18.03.2026 г.

ХАСАНШИНА Гюзель Ильгизовна,
студент 4 курса юридического факультета
Казанский филиал «Российский государственный
университет правосудия имени В.М. Лебедева»
(г. Казань),
e-mail: khasanshina.27@mail.ru

Научный руководитель:
БАРЫШЕВ Сергей Александрович,
кандидат юридических наук, доцент кафедры
гражданского права Казанского филиала
«Российский государственный университет
правосудия имени В.М. Лебедева» (г. Казань),
e-mail: baryshev.distant@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ ПРИЗНАНИЯ ТОВАРНОГО ЗНАКА ОБЩЕИЗВЕСТНЫМ

Аннотация. Настоящая статья посвящена исследованию правовых аспектов признания товарных знаков общеизвестными в рамках российского законодательства, выявляя возникающие коллизии и расхождения позиций Федеральной службы по интеллектуальной собственности и Суда по интеллектуальным правам. Рассматривается две ключевые проблемы: обязательное требование известности заявителя как одно из условий признания товарного знака общеизвестным и порядок оценки доказательственной базы. В статье проводится сравнительный анализ нормативных положений российского гражданского законодательства, административных регламентов и международно-правовых актов. Расхождения в интерпретации нормативных актов данными органами как национального, так и международно-го характера подтверждаются административной и судебной практикой.

Ключевые слова: товарный знак, общеизвестный товарный знак, правовая охрана, регистрация товарного знака, широкая известность заявителя, доказательства широкой известности товарного знака.

KHASANSHINA Gyuzel Ilgizovna,
4th-year student, Faculty of Law,
Kazan Branch of the Russian State University of Justice
named after V.M. Lebedev (Kazan)
Scientific Supervisor:

BARYSHEV Sergey Alexandrovich,
Candidate of Legal Sciences (PhD in Law),
Associate Professor, Department of Civil Law,
Kazan Branch of the Russian State University of Justice
named after V.M. Lebedev (Kazan)

PROBLEMS OF RECOGNIZING A TRADEMARK AS WELL-KNOWN

Annotation. This article examines the problems of legal regulation of the recognition of trademarks as well-known in the Russian Federation, arising from conflicting approaches of the Federal Service for Intellectual Property and the Intellectual Property Rights Court. Two key issues are considered: the mandatory requirement of the applicant's fame as one of the conditions for recognizing a trademark as well-known, and the procedure for evaluating the evidence base. The article provides a comparative analysis of the regulatory provisions of Russian civil legislation, administrative regulations and international legal acts, including the Paris Convention for the Protection of Industrial

Property and the recommendations of the World Intellectual Property Organization. Discrepancies in the interpretation of regulations by these authorities, both national and international, are confirmed by administrative and judicial practice.

Key words: trademark, well-known trademark, legal protection, trademark registration, well-known applicant, evidence of the well-known trademark.

Регулирование средств индивидуализации в дореволюционной России начиналось постепенно, приобретая первые очертания в Новоторговом уставе, а в дальнейшем получившее развитие в Законе «О товарных знаках (фабричных и торговых марках и клеймах)» 1896 года. После Октябрьской революции 1917 года, несмотря на изменения социально-экономической структуры государства, советская власть продолжила развивать законодательство в области интеллектуальной собственности. Помимо разработки собственных законов, регулирующих использование результатов интеллектуальной деятельности, таких как постановление Совета министров СССР от 15 мая 1962 года «О товарных знаках», Советский Союз активно интегрировался в систему международной охраны интеллектуальной собственности путем присоединения к международным соглашениям, среди которых значимой является Конвенции по охране промышленной собственности (заключена в Париже 20 марта 1883 года) (далее – Парижская конвенция). Тем не менее, именно после распада СССР эта отрасль права получила новое понимание через призму рыночных отношений.

Переход к рыночной экономике существенно повысил значимость товарных знаков – обозначений, ставших важнейшим инструментом, служащих для индивидуализации товаров и услуг [1], которые по своей сути взяли на себя три ключевые функции: защиту производителей от недобросовестной конкуренции, предоставление потребителям необходимой информации о товаре, а также функцию показателя определенной деловой репутации.

Начало нового тысячелетия ознаменовалось для российской системы товарных знаков значительным сдвигом, ключевым событием которого стало публикация Федеральной службой по интеллектуальной собственности Российской Федерации (далее – Роспатент) приказа от 17.03.2000 № 38 «Об утверждении Правил признания товарного знака общеизвестным в Российской Федерации» (утр. силу) [6]. Данный шаг дополнил существовавшее в то время правовое поле, способствуя укреплению правовых гарантий для производителей.

Хотя процедура признания товарных знаков общеизвестными кажется достаточно регламентированной нормами действующего законодательства, реальный процесс демонстрирует наличие значительных расхождений в понимании

ключевых аспектов данной процедуры Роспатентом и Судом по интеллектуальным правам (далее – СИП).

В данных разногласиях прослеживается два направления: первое касается обязательного учета степени узнаваемости потребителями субъекта-заявителя, второе связано с определением состава и характера доказательственной базы, необходимой для подтверждения широкой известности.

Говоря о необходимости известности заявителя, следует обратиться к пункту 1 статьи 1508 ГК РФ, в котором дается некоторое определение общеизвестного товарного знака: «могут быть признаны общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком, если этот товарный знак или это обозначение в результате интенсивного использования стали на указанную в заявлении дату широко известны в Российской Федерации среди соответствующих потребителей в отношении товаров заявителя» [4].

В этом свете представляется обоснованным мнение С. М. Уколова, подчеркивающего три основные характеристики общеизвестного товарного знака: широкая известность должна базироваться на активной эксплуатации символики, распространяться среди целевых групп потребителей и ассоциироваться с продукцией заявителя [3].

При анализе позиции Роспатента целесообразно обратиться к трем источникам: во-первых, к Приказу Минэкономразвития России от 27.08.2015 N 602 «Об утверждении Административного регламента предоставления Федеральной службой по интеллектуальной собственности государственной услуги по признанию товарного знака или используемого в качестве товарного знака обозначения общеизвестным в российской федерации товарным знаком» (далее – Административный регламент), во-вторых, к Парижской конвенции, в-третьих, к решениям Роспатента, принимаемым по результатам рассмотрения возражений и заявлений Экспертными комиссиями ведомства.

В подпункт 1 пункта 17 Административного регламента указано, что для признания товарного знака общеизвестным необходимы «доводы о том, что товарный знак или используемое в качестве товарного знака обозначение в результате интенсивного использования стали на указанную в заявлении дату широко известны в Российской Федерации среди соответствующих

потребителей в отношении товаров (услуг) заявителя» [5]. В этом смысле регламент служит механизмом трансляции материальных норм ГК РФ в административную практику Роспатента.

Термин «общеизвестный товарный знак» впервые получил юридическое оформление в международном масштабе благодаря нормам Парижской конвенции. Соответственно, немаловажную роль в понимании норм сыграло первое толкование Роспатентом данного документа, которое было произведено органом до введения в действие части четвертой ГК РФ, согласно которому общеизвестный знак - это «знак лица», а, следовательно, лицо также должно обладать широкой узнаваемостью среди потребительских масс, использующих товары или услуги под таким знаком [2]. Данная позиция подчеркивала значимость восприятия потребителями не только самого товарного знака, но их осведомленность о владельце знака, формирующем общественное восприятие товара. При дальнейшем рассмотрении вопроса станет ясным, что данное положение отражает скорее особенности практической реализации административной процедуры, но не действительный смысл ранее указанных нормативных актов.

Рассматриваемая позиция нашла отражение во всех решениях Роспатента, связанных с признанием товарного знака общеизвестным, в которых так или иначе затрагивалась тема известности заявителя. Примерами могут послужить следующие: от 14.12.2018, принятого по результатам рассмотрения заявления иностранного лица «Avito Holding AB», где орган указал, что невозможно определить с кем в сознании потребителей ассоциируется товарный знак «AVITO» [15], от 12.03.2019, об отказе признания обозначения «От Мартина» общеизвестным товарным знаком, мотивированное устаревшей информацией и давности проведения опроса, а также очевидности в нем ответа на поставленный вопрос о производителе товара, следствием чего орган также пришел к выводу об отсутствии доказательств общеизвестности знака [16], от 14.08.2019 об отказе в признании обозначения «РОЛЛТОН» общеизвестным, одной из причин которых явилось невозможность установить производителя товара [17].

Противоположной точки зрения по данному вопросу придерживается СИП, который в результате рассмотрения возражений лиц по вышеуказанным решениям Роспатента принял соответствующие им акты от 5.12.2019 г. по делу № СИП-186/2019 [9], от 30.01.2020 г. по делу № СИП-458/2019 [10] и от 14.08.2020 г. по делу № СИП-961/2019 [11], которыми были отменены ранее принятые решения службы. Среди аргу-

ментов суда звучал тезис о неправомерности обязательного требования наличия ассоциации между товарным знаком и владельцем в восприятии потребителей.

Впоследствии Суд по интеллектуальной правам постановлением от 26.08.2022 № СП-21/18 утвердил «Обзор практики Суда по интеллектуальным правам по вопросам правовой охраны общеизвестных товарных знаков» (далее – Обзор). В пункте 6 данного Обзора изложены правовые позиции, которые включают следующие важные моменты:

- 1) международные стандарты не требуют обязательной известности потребителям обладателя товарного знака;
- 2) для статьи 1508 ГК РФ основное значение имеет фактор широкого распространения среди потребителей именно зарегистрированного обозначения, а не степени информированности о производителе;
- 3) основная задача товарного знака – это индивидуализация товаров, а не производителей, при этом общеизвестность связана не с известностью знака, а с его способностью распознаваться потребителями в привязке к определенному виду продукции;
- 4) признание товарного знака общеизвестным основывается на факте длительного и систематического использования данного обозначения лицами. Точное определение конкретного правообладателя не обязательно, достаточно знания того, что продукты происходят из одного источника [8].

Если обратить внимание на Парижскую конвенцию, то она также не указывает, что признанием общеизвестного товарного знака является известность заявителя, при этом упоминается лишь факт наличия определенного субъекта, как лица, которому принадлежит обозначение [2].

Рассматривая общеизвестный товарный знак в таком понимании, возникает вывод, что специалистами Роспатента первоначально была выработана не совсем удачная практика применения норм, и на данный момент осведомленность потребителя относительно конкретной личности заявителя излишне накладывает ограничения на понятие общеизвестности торгового знака и искажает как историческое, так и прямое понимание положений Парижской конвенции и ГК РФ.

Однако следует помнить, что судебная практика в Российской Федерации не является источником права. Указанный Обзор будет иметь значение для судов при рассмотрении подобных дел, но не для Роспатента, что подтверждается дальнейшим продолжением конфликта между органом и судом по данному вопросу. Так своим

решением от 28.12.2024 Роспатент отказал АО «Технологическая компания «Центр» в признании словесного обозначения «СТОЛОТО» общеизвестным. Решение, принятое Роспатентом, указывает на недостаток доказательств, подтверждающих одновременно широкое распространение знака среди потребителей и устойчивую ассоциацию этого знака с владельцем [19]. АО «Технологическая компания «Центр» обратилась в СИП, где по первой инстанции было принято решение от 30.09.2025 года № СИП-241/2025, в котором суд вопреки доводам Роспатента подчеркнул, что международная и отечественная база не предусматривает зависимость между признанием товарного знака общеизвестным и степенью известности заявителя потребителям услуг и товаров [14].

Еще одно ключевое направление исследований в данной работе связано с доказательствами, подтверждающими популярность товарного знака.

Согласно Административному регламенту, для официального признания знака общеизвестным заявитель обязан представить документы, подтверждающие широкое знание товарного знака в обществе. Стоит обратить внимание, что перечень документов не конкретизируется и речь идет о «праве» заявителя представить соответствующие доказательства, демонстрирующие масштаб использования знака как внутри страны, так и за ее пределами, затраты на рекламные кампании, рыночную стоимость товарного знака, а также дополнительные данные, отражающие результаты исследований общественного мнения [5]. Именно эта неопределенность ведет к ситуации, когда даже очевидно известные производители сталкиваются с отказом в официальной регистрации, так как представляемые доказательства, несмотря на косвенное подтверждение широкой популярности, формально не соответствуют требованиям административного регламента в понимании Роспатента.

Между тем, позиция СИП существенно отличается. Суд утверждает, что административный регламент не предполагает исчерпывающего перечня возможных доказательств, допускает открытость и вариативность предоставляемых сведений, полагаясь на международный опыт и общепринятые правовые подходы.

Гибкость понимания Административного регламента можно проследить в Обзоре СИП. Так, в пункте 1 Обзора СИП отмечено, вопреки решению Роспатента, заявители не обязаны предоставлять свидетельства о всеобщей известности товарного знака среди населения всей страны, а в пункте 2 сказано, что общеизвестность знака возможна не только благодаря регу-

лярному и интенсивному использованию в течение ограниченного периода времени, но благодаря длительной, широко известной истории обозначения [8]. В этих же решениях суд придерживается следующих позиций:

- 1) руководствуясь рекомендациями Всемирной организации интеллектуальной собственности, принятыми в сентябре 1999 года, СИП подчеркнул, что каждый случай должен оцениваться индивидуально, исходя из любых значимых факторов, а органы не вправе требовать строго определенных видов доказательств;
- 2) в ГК РФ отсутствуют жесткие рамки, перечисляющие виды доказательств, которые могут подтвердить общеизвестность товарного знака. Нормы Административного регламента дополняют кодекс, предлагая лишь ориентировочный список возможных доказательств;
- 3) именно заявитель выбирает те доказательства, которые по его убеждению, свидетельствуют о достаточном уровне общественной известности обозначения [8].

Однако, как и в случае с общеизвестностью заявителя, данный спор продолжается и после утверждения обзора. Примером является дело по товарному знаку «ТехноНИКОЛЬ». В своем решении от 08.10.2023 года Роспатент отклонил заявку поскольку по результатам опроса служба выявила, что у потребителей происходит ассоциация данных знаков с группой товаров, обобщенных родовым признаком, а не с конкретной продукцией [18].

Уже в ходе судебного разбирательства было установлено, что потребители ассоциировали продукцию с соответствующими категориями товаров, относительно которых рассматривался статус общеизвестного товарного знака, а также непосредственно с наименованием правообладателя - «ТехноНИКОЛЬ». Коллегия суда поддержала позицию истца, утверждая, что юридический статус правообладателя не играет решающего значения для конечного покупателя, если сформировалась прочная связь продукции с единственным источником происхождения [13].

Конфликтная ситуация повторяется в деле от 7 марта 2024 года № СИП-660/2023, в котором причинами отказа Роспатента в регистрации послужили такие обстоятельства как:

- 1) отсутствие документальных подтверждений масштабного распространения продукции заявителя на российском рынке. (продукт распространялась преимущественно в отдельных регионах; дополнительно отмечено присутствие обозначения в средствах массовой информации только в 2019 году и

исключительно в контексте 29-го класса Международной классификации товаров и услуг – «творог»);

- 2) представленные материалы не смогли продемонстрировать значительный объем и постоянство использования фирменного обозначения, необходимого для формирования устойчивого восприятия среди потребителей, связанного именно с самим заявителем;
- 3) документация, посвященная рекламной деятельности, не содержала свидетельств прямого участия заявителя в рекламных кампаниях и продвижении продукции на национальном уровне;
- 4) проведенное социологическое исследование оказалось недостаточно детализированным, чтобы точно зафиксировать категорию молочной продукции, с которой потребители реально соотносят спорный товарный знак. Формулировки опроса оказались некорректными, а учет аффилированных структур предприятия не обеспечивал полную картину ассоциации товарного знака с основным юридическим лицом [12].

Рассматривая данное дело, СИП, основываясь на отсутствии закрытого перечня доказательств и в ГК РФ, и в Административном регламенте, и в Рекомендациях ВОИС, требования организации удовлетворил. Президиум Суда по интеллектуальным правам оставил решение без изменения.

Верховный Суд Российской Федерации (далее – ВС РФ) поддержал заключения нижестоящих инстанций, указывая на правомерность выводов, представленных ранее, и отклоняя кассационную жалобу Роспатента, направленную ему[7].

Анализируя подходы службы и суда к процедуре установления статуса общеизвестности товарных знаков, следует признать, что позиция последнего представляется более обоснованной, поскольку такая позиция основывается одновременно на внутреннем российском законодательстве и общепризнанных положениях международного права, принятых Российской Федерацией.

Однако, несмотря на, казалось бы, обоснованность решений судов по этому вопросу, отмена решений Роспатента в данной сфере приводит к другой проблеме, а именно происходит искажение функций судов и Роспатента, как органов, принадлежащих разным ветвям власти: судебной и исполнительной соответственно. Решение проблемы, в свете продолжающегося длительного времени спора, видится лишь во внесении поправок и уточнений в нормативно-правовые акты.

Список литературы:

- [1] Аленушкина Ю. С. Содержание исключительного права на товарный знак и правовая охрана товарных знаков в Российской Федерации // Молодой ученый. – 2023. – №36 (483). – С. 151-153.
- [2] Ариевич Е. А., Гришанова Г. И. Общеизвестный знак – общеизвестный заявитель? // Журнал Суда по интеллектуальным правам. – 2019. – № 26. – С. 90-99.
- [3] Права на товарный знак: моногр. / Д.В. Афанасьев, А.С. Вороженич, В.В. Голофаев и др.; отв. ред. Л.А. Новоселова. – М.: НОРМА, ИНФРА-М, 2016. – 144 с.
- [4] Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая): федер. закон от 18 дек. 2006 г. № 230-ФЗ (ред. от 31.07.2023) // Собрание законодательства РФ. — 2006. — № 52 (ч. 1). — Ст. 5496.
- [5] Приказ Минэкономразвития России от 27.08.2015 N 602 «Об утверждении Административного регламента предоставления Федеральной службой по интеллектуальной собственности государственной услуги по признанию товарного знака или используемого в качестве товарного знака обозначения общеизвестным в российской федерации товарным знаком» // Официальный интернет-портал правовой информации. – URL: <http://www.pravo.gov.ru>, 02.10.2015/ (дата обращения: 15.11.2025).
- [6] Приказ Федеральной службой по интеллектуальной собственности Российской Федерации от 17.03.2000 № 38 «Об утверждении Правил признания товарного знака общеизвестным в Российской Федерации» (утр. силу) // «Российская газета». – 2000. – № 109.
- [7] Определение Верховного Суда Российской Федерации № 300–ЭС24–16288 от 01.10.2024 по делу № СИП-660/2023 // Официальный сайт Суда по интеллектуальным правам. – URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/a2cd164f-fa50-4e67-afaa-ba9183104b4c> (дата обращения: 19.01.2026).
- [8] Постановление Суда по интеллектуальным правам от 26.08.2022 № СП-21/18 «Обзор практики Суда по интеллектуальным правам по вопросам правовой охраны общеизвестных товарных знаков» // Журнал суда по интеллектуальным правам. – URL: <https://ipcmagazine.ru/court/1729547/?ysclid=mk1hbyrr4t79310459> (дата обращения: 20.11.2025).
- [9] Решение Суда по интеллектуальным правам от 5.12.2019 г. по делу № СИП-186/2019 // Официальный сайт Суда по интеллектуальным правам. – URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/dc1521e7-3c09-4c10-9723-be68561b3255> (дата обращения: 20.11.2025).

[10] Решение Суда по интеллектуальным правам от 30.01.2020 г. по делу № СИП-458/2019 // Официальный сайт Суда по интеллектуальным правам. – URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/db1dc098-cbeb-4daf-8679-fd00729d394c> (дата обращения: 20.11.2025).

[11] Решение Суда по интеллектуальным правам от 14.08.2020 г. по делу № СИП-961/2019 // Официальный сайт Суда по интеллектуальным правам. – URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/521b07ea-637a-401b-a024-e5928890b189> (дата обращения: 20.11.2025).

[12] Решение Суда по интеллектуальным правам от 07.03.2024 по делу № СИП-660/2023 // Официальный сайт Суда по интеллектуальным правам. – URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/a2cd164f-fa50-4e67-afaa-ba9183104b4c> (дата обращения: 19.01.2026).

[13] Решение Суда по интеллектуальным правам от 28.06.2024 по делу № СИП-1335/2023 // Официальный сайт Суда по интеллектуальным правам. – URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/f9d88fb4-68c1-484f-8сес-8b777bb5dfdf> (дата обращения: 19.01.2026).

[14] Решение Суда по интеллектуальным правам от 30.09.2025 г. по делу № СИП-241/2025 // Официальный сайт Суда по интеллектуальным правам. – URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/b46c8984-e7de-4d24-8662-4b7b53bec00f> (дата обращения: 19.01.2026).

[15] Решение Роспатента от 14.12.2018 по обозначению Avito, используемому в качестве товарного знака, о признании обозначения общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком // Официальный сайт Федерального института промышленной собственности. – URL: https://www.fips.ru/pps/14_12_18/14122018_ex.htm (дата обращения: 20.11.2025).

[16] Решение Роспатента от 12.03.2019 по обозначению От Мартина, используемому в качестве товарного знака, о признании обозначения общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком // Официальный сайт Федерального института промышленной собственности. – URL: https://www.fips.ru/pps/12_03_19/12032019_ex.htm (дата обращения: 20.11.2025).

[17] Решение Роспатента от 14.08.2019 по обозначению Роллтон, используемому в качестве товарного знака, о признании обозначения общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком // Официальный сайт Федерального института промышленной собственности. – URL: https://www.fips.ru/pps/14_08_19/14082019_ex.htm (дата обращения: 20.11.2025).

[18] Решение Роспатента от 08.10.2023 о признании товарного знака ТН ТЕХНОНИКОЛЬ общеизвестным в Российской Федерации товар-

ным знаком // Официальный сайт Федерального института промышленной собственности. – URL: <https://new.fips.ru/about/otdelenie-palata-po-patentnym-sporam/2resheniya-federalnoy-sluzhby-po-intellektualnoy-sobstvennosti-prinimaemye-po-rezultatam-rassmotreniya/08102023.php> (дата обращения: 05.01.2026).

[19] Решение Роспатента от 28.12.2024 по обозначению 23-012 ОИ, СТОЛОТО, ЗАО., используемому в качестве товарного знака, о признании обозначения общеизвестным в Российской Федерации товарным знаком // Официальный сайт Федерального института промышленной собственности. – URL: <https://new.fips.ru/about/otdelenie-palata-po-patentnym-sporam/2resheniya-federalnoy-sluzhby-po-intellektualnoy-sobstvennosti-prinimaemye-po-rezultatam-rassmotreniya/28122024.php> (дата обращения: 05.01.2026).

References:

[1] Alyonushkina Ju. S. The content of the exclusive right to trademark and legal protection of trademarks in russian federation // Young Scientist. – 2023. – №36 (483). – Pp. 151-153.

[2] Arieovich E. A., Grishanova G.I. Is a well-known sign a well-known applicant? // Journal of the Intellectual Property Rights Court. – 2019. – No. 26. – pp. 90-99.

[3] Trademark rights: monographs / D.V. Afanasyev, A.S. Vorozhevich, V.V. Golofaev et al.; edited by L.A. Novoselov. – M.: NORM, INFRA-M, 2016. – 144 p.

[4] The Civil Code of the Russian Federation (part four): Feder. the law of 18 Dec. 2006 No. 230-FZ (as amended on 07/31/2023) // Collection of Legislation of the Russian Federation. — 2006. — No. 52 (Part 1). — Article 5496.

[5] Order of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation dated 08/27/2015 N 602 “On Approval of the Administrative Regulations for the Provision by the Federal Service for Intellectual Property of the State service for the Recognition of a Trademark or Designation Used as a Trademark generally Known in the Russian Federation trademark” // Official Internet portal of legal information. – URL: <http://www.pravo.gov.ru> , 02.10.2015/ (date of reference: 11/15/2025).

[6] Order No. 38 of the Federal Service for Intellectual Property of the Russian Federation dated 03/17/2000 “On Approval of the Rules for Recognizing a Trademark as Well-known in the Russian Federation” (expired) // Rossiyskaya Gazeta. – 2000. – № 109.

[7] Ruling of the Supreme Court of the Russian Federation No. 300-ES24-16288 dated 01.10.2024 in case No. SIP-660/2023 // Official website of the

Intellectual Property Rights Court. – URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/a2cd164f-fa50-4e67-afaa-ba9183104b4c> (date of appeal: 01/19/2026).

[8] Resolution of the Intellectual Property Rights Court dated 08/26/2022 No. SP-21/18 “Review of the practice of the Intellectual Property Rights Court on issues of legal protection of well-known trademarks” // Journal of the Intellectual Property Rights Court. – URL: <https://ipcmagazine.ru/court/1729547/?ysclid=mk1hbyrr4t79310459> (accessed: 11/20/2025).

[9] Decision of the Intellectual Property Rights Court dated 5.12.2019 in case No. SIP-186/2019 // Official website of the Intellectual Property Rights Court. – URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/dc1521e7-3c09-4c10-9723-be68561b3255> (date of appeal: 11/20/2025).

[10] The decision of the Intellectual Property Rights Court dated 01/30/2020 in case No. SIP-458/2019 // Official website of the Intellectual Property Rights Court. – URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/db1dc098-cbeb-4daf-8679-fd00729d394c> (date of request: 20.11.2025).

[11] Decision of the Intellectual Property Rights Court dated 08/14/2020 in case No. SIP-961/2019 // Official website of the Intellectual Property Rights Court. – URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/521b07ea-637a-401b-a024-e5928890b189> (date of appeal: 11/20/2025).

[12] Decision of the Intellectual Property Rights Court dated 03/07/2024 in case No. SIP-660/2023 // Official website of the Intellectual Property Rights Court. – URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/a2cd164f-fa50-4e67-afaa-ba9183104b4c> (date of request: 19.01.2026).

[13] Decision of the Intellectual Property Rights Court dated 06/28/2024 in case No. SIP-1335/2023 // Official website of the Intellectual Property Rights Court. – URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/f9d88fb4-68c1-484f-8cec-8b777bb5dfdf> (date of appeal: 01/19/2026).

[14] Decision of the Intellectual Property Rights Court of 30.09.2025 in case No. SIP-241/2025 // Official website of the Intellectual Property Rights Court. – URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/b46c8984->

[e7de-4d24-8662-4b7b53bec00f](https://kad.arbitr.ru/Card/b46c8984-e7de-4d24-8662-4b7b53bec00f) (date of request: 19.01.2026).

[15] Rospatent's decision of 12/14/2018 on the Avito designation used as a trademark to recognize the designation as a well-known trademark in the Russian Federation // Official website of the Federal Institute of Industrial Property. – URL: https://www.fips.ru/pps/14_12_18/14122018_ex.htm (date of appeal: 11/20/2025).

[16] The decision of Rospatent dated 12.03.2019 on the designation From Martin, used as a trademark, on the recognition of the designation as a well-known trademark in the Russian Federation // Official website of the Federal Institute of Industrial Property. – URL: https://www.fips.ru/pps/12_03_19/12032019_ex.htm (date of request: 11/20/2025).

[17] Rospatent's decision of 08/14/2019 on the Rollton designation used as a trademark to recognize the designation as a well-known trademark in the Russian Federation // Official website of the Federal Institute of Industrial Property. – URL: https://www.fips.ru/pps/14_08_19/14082019_ex.htm (date of request: 11/20/2025).

[18] The decision of Rospatent dated 08.10.2023 on the recognition of the TN TECHNOLICOL trademark as a well-known trademark in the Russian Federation // Official website of the Federal Institute of Industrial Property. – URL: <https://new.fips.ru/about/otdelenie-palata-po-patentnym-sporam/2resheniya-federalnoy-sluzhby-po-intellektualnoy-sobstvennosti-prinimaemye-po-rezultatam-rassmotreniya/08102023.php> (date of request: 05.01.2026).

[19] The decision of Rospatent dated 12/28/2024 on the designation 23-012 OI, STOLOTO, CJSC., used as a trademark, on the recognition of the designation as a well-known trademark in the Russian Federation // Official website of the Federal Institute of Industrial Property. – URL: <https://new.fips.ru/about/otdelenie-palata-po-patentnym-sporam/2resheniya-federalnoy-sluzhby-po-intellektualnoy-sobstvennosti-prinimaemye-po-rezultatam-rassmotreniya/28122024.php> (date of request: 05.01.2026).

