

**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 Индивидуальным предпринимателем Индивидуальным предпринимателем Тонких Надеждой Ивановной, Курская обл., г. Железногорск (далее – заявитель), на решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) об отказе в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023753403, при этом установила следующее.



Комбинированное обозначение  по заявке №2023753403 подано 20.06.2023 на регистрацию в качестве товарного знака в отношении товаров 03, 05, 14, 16, 18, 25 и услуг 35, 38, 44 классов МКТУ.

Федеральной службой по интеллектуальной собственности было принято решение от 06.06.2025 об отказе в государственной регистрации товарного знака в отношении заявленных 03, 05, 14, 16, 18, 25 и услуг 35, 38, 44 классов МКТУ,

основанное на заключении по результатам экспертизы, которое мотивировано несоответствием заявленного обозначения требованиям подпункта 1, подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Указанное обосновывается тем, что согласно, сведениям, содержащимся в сети Интернет, заявленное обозначение воспроизводит обозначение, прежде используемое Холдингом «Арбат Престиж» - компанией, развивавшей одноимённую сеть парфюмерно-косметических магазинов. В 2000-х годах являлась одним из лидеров этого рынка в России. Была основана в 1989 году. Сеть «Арбат Престиж» в период максимального расцвета включала свыше ста парфюмерно-косметических магазинов, расположенных в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Челябинске, Воронеже, Ростове-на-Дону, Казани, Красноярске, Киеве и Харькове (см. [https://ru.ruwiki.ru/wiki/%D0%90%D1%80%D0%B1%D0%B0%D1%82\\_%D0%9F%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%B6](https://ru.ruwiki.ru/wiki/%D0%90%D1%80%D0%B1%D0%B0%D1%82_%D0%9F%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%B6;);  
<https://ria.ru/20080124/97681996.html>; <https://www.brandpedia.ru/brand-1320.html>;  
<https://www.kp.ru/daily/24039/97889/?ysclid=m2iq1z598646246769>;  
<https://www.kommersant.ru/theme/705?ysclid=m2iq6ux3h3538802>;  
<https://rg.ru/sujet/3242?ysclid=m2iq2j2li8424973963>;  
<https://www.retail.ru/rbc/tradingnetworks/arat-prestizh/>;  
[https://www.dp.ru/a/2008/12/28/Arbat\\_prestizh\\_zakrilsja](https://www.dp.ru/a/2008/12/28/Arbat_prestizh_zakrilsja);  
[https://new-retail.ru/magaziny/istoriya/arat\\_prestizh\\_a\\_bylo\\_li\\_delo1195/](https://new-retail.ru/magaziny/istoriya/arat_prestizh_a_bylo_li_delo1195/)).

Заявленное обозначение воспроизводит обозначение, принадлежавшее юридическому лицу, являвшемуся хорошо известным потребителям в Российской Федерации и снискавшему среди них большую популярность. В частности, получило широкую огласку уголовное дело против холдинга «Арбат Престиж», которое впоследствии вызвало общественный резонанс. В результате проведения поиска в сети Интернет было выявлено, что найденные сведения, относящиеся к обозначению «Арбат Престиж», связаны непосредственно с ОАО «Арбат Престиж» (см. <https://rg.ru/sujet/3242?ysclid=mbhs2ewybq794551547>;  
[https://rapsinews.ru/trend/arrest\\_chief\\_arbat\\_prestige\\_240108/](https://rapsinews.ru/trend/arrest_chief_arbat_prestige_240108/);

<https://www.forbes.ru/tegi/arat-prestizh>; <https://www.interfax.ru/business/186197>;  
<https://www.gazeta.ru/social/2008/01/24/2594797.shtml>; <https://www.bfm.ru/news/98407>;  
<https://rb.ru/article/set-arat-prestij-zakryvaet-posledniy-magazin/>; <https://www.5-tv.ru/news/38799/>;  
<https://www.infox.ru/news/25/23301-vladelcev-arat-prestiza-snova-zdet-sud> и т.д.).

Несмотря на то, что ОАО «Арбат Престиж» было признано банкротом, регистрация заявленного обозначения, воспроизводящего обозначение, используемое данной компанией на протяжении длительного времени и являющееся широко известным на территории Российской Федерации, на имя другого лица, способна ввести в заблуждение потребителя относительно производителя заявленных товаров и лица, оказывающего заявленные услуги, и, кроме того, может быть признана противоречащей общественным интересам, поскольку использование данного обозначения в гражданском обороте может быть расценено как акт недобросовестной конкуренции.

Таким образом, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака (знака обслуживания) для всех заявленных товаров и услуг на основании положений подпункта 1, подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

В поступившем возражении от 05.08.2025 заявитель выразил свое несогласие с решением Роспатента, при этом доводы возражения сводятся к следующему:

- заявленное обозначение при восприятии формирует целостный образ, отличающийся от обозначения, использовавшегося ОАО «Арбат Престиж», композиционное решение обеспечивает различительную способность и исключает ассоциации с упомянутым ранее предприятием, которое прекратило существование более десяти лет назад,

- даже при наличии определённой степени известности обозначения в прошлом, это обстоятельство не тождественно общеизвестности обозначения в смысле статьи 1508 Кодекса, вследствие чего обозначение «АрбатПрестиж» не имеет бессрочной охраны,

- в условиях современного информационного поля с момента прекращения использования спорного обозначения прошло значительное время, что критически

влияет на способность потребителей распознавать и соотносить такие обозначения с каким-либо источником товаров и услуг, исследования в области потребительского поведения подтверждают, что без регулярной рыночной коммуникации память потребителя о бренде стремительно ослабевает,

- введение в заблуждение может иметь место только при наличии актуальных ассоциаций потребителя с конкретным субъектом, являющимся производителем, изготовителем товаров или лицом, оказывающим услуги,

- учитывая банкротство и прекращение деятельности ОАО «Арбат Престиж», а также длительный срок неиспользования обозначения, регистрация заявленного обозначения не может повлиять на интересы потребителей или сформировать представление, не соответствующее действительности,

- акт недобросовестной конкуренции невозможен в случае отсутствия конкурентных отношений, поскольку ОАО «Арбат Престиж» было признано банкротом и более не является субъектом экономической деятельности, факт существования бренда в прошлом не означает автоматическое нарушение принципов конкуренции,

- в деле СИП-31/2024 было указано, что доминирующие элементы обозначения могут формировать новое восприятие, не вводящее потребителя в заблуждение, в деле СИП-244/2024, несмотря на сходство обозначений, ограничение перечня услуг обеспечило регистрацию обозначения в качестве товарного знака,

- указанные примеры демонстрируют гибкий подход к анализу обозначений, основанный на реальном восприятии потребителя, а не на формальном совпадении названий.

На основании вышеизложенного заявитель просит отменить решение Роспатента и зарегистрировать обозначение по заявке №2023753403 в отношении заявленных товаров 03, 05, 14, 16, 18, 25 и услуг 35, 38, 44 классов МКТУ.

На заседании коллегии, состоявшемся 18.09.2025, были выявлены дополнительные обстоятельства, не указанные в заключении по результатам экспертизы при вынесении решения, а именно: заявленное обозначение не соответствует требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса, поскольку словесный

элемент «Арбат», входящий в состав заявленного обозначения, способен ввести потребителей в заблуждение относительно производителя (местонахождения) товаров и услуг 03, 05, 14, 16, 18, 25, 35, 38, 44 классов МКТУ, указанных в перечне заявленного обозначения.

В этой связи заявитель в корреспонденции от 01.11.2025, 15.12.2025 представил дополнительные пояснения:

- заявитель считает действия коллегии неправомерными, так согласно правовой позиции Суда по интеллектуальным правам, изложенной в решении по делу №СИП-1303/2023 от 23.04.2024, пункт 45 Правил ППС не предоставляет коллегии автономии от поданного возражения и не позволяет самостоятельно выдвигать новые основания,

- слово «Арбат» обладает самостоятельной смысловой нагрузкой, выходящей далеко за рамки топонима, в общественном сознании слово «Арбат» прочно ассоциируется не с административным адресом, а с культурным явлением, воспетым в литературе (Б. Окуджава, А. Рыбаков) и кинематографе,

- слово «Арбат» давно перешло в разряд нарицательных понятий и может использоваться для обозначения пешеходных зон, торговых кварталов, культурных центров в других городах,

- в качестве примеров заявитель приводит несколько городов, которые называют «Арбатом» свои пешеходные улицы: «Казанский Арбат», «Киевский Арбат», «Брестский Арбат», «Челябинский Арбат», «Нижегородский Арбат», «Рязанский Арбат»,

- у потребителя отсутствуют разумные основания однозначно связывать обозначение «Арбат Престиж» исключительно с улицей в Москве,

- слово «Арбат» может иметь и другие значения, подтверждающие его многозначность,

- восприятие товарного знака является целостным и слово «Арбат» в составе обозначения будет восприниматься как броское, запоминающееся название, а не как указание на юридический адрес правообладателя.

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

С учетом даты (20.06.2023) поступления заявки №2023753403 правовая база для оценки охраноспособности заявленного обозначения включает в себя упомянутый выше Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 года №482, вступившие в силу 31.08.2015 (далее - Правила).

В соответствии с подпунктом 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Согласно пункту 37 Правил к ложным или способным ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

В соответствии с подпунктом 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали.

Как следует из пункта 37 Правил, при рассмотрении вопроса о противоречии заявленного обозначения общественным интересам, принципам гуманности и морали учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, неэтично примененная национальная и (или) государственная символика (гербы, флаги, эмблемы), антигосударственные лозунги, слова и изображения непристойного

содержания, призывы антигуманного характера, оскорбляющие человеческое достоинство, религиозные чувства верующих, слова, написание которых нарушают правила орфографии.

Перечень обозначений, приведенный в пункте 37 Правил, не является исчерпывающим.



ARBAT ПРЕСТИЖ  
«ARBATPRESTIGE»

Заявленное на регистрацию в качестве товарного знака обозначение является комбинированным, включает словесные элементы «АрбатПрестиж ArbatPrestige», выполненные буквами кириллического и латинского алфавитов оригинальным шрифтом, и изобразительный элемент в виде стилизованной буквы «А» в круге. Правовая охрана испрашивается в отношении товаров 03, 05, 14, 16, 18, 25 и услуг 35, 38, 44 классов МКТУ.

Анализ обозначения по заявке №2023753403 на соответствие требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Экспертизой было установлено, что заявленное обозначение фонетически воспроизводит обозначение «АРБАТ ПРЕСТИЖ», прежде используемое Холдингом «Арбат Престиж» - компанией, основанной в 1989 году, развивавшей одноимённую сеть парфюмерно-косметических магазинов, в 2000-х годах являющаяся одним из лидеров этого рынка в России. Сеть «Арбат Престиж» в период максимального расцвета включала свыше ста парфюмерно-косметических магазинов, расположенных в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Челябинске, Воронеже, Ростове-на-Дону, Казани, Красноярске, Киеве и Харькове.

При проведении экспертизы заявленного обозначения могут быть учтены сведения, полученные из различных источников информации, доступных широкому кругу потребителей. В настоящее время самым востребованным и наиболее доступным источником информации являются информационные ресурсы сети Интернет, позволяющие анализировать получаемую информацию в режиме реального времени. При проведении анализа заявленного обозначения (и его элементов) с целью выявления ложных и (или) способных ввести в заблуждение

элементов учитывается информация, содержащаяся в толковых, энциклопедических, специальных словарях и иной литературе, в том числе в сети Интернет.

Интернет, являясь глобальной информационной сетью, в настоящее время является источником информации, доступным широкому кругу потребителей, из которого потребитель может получить сведения об интересующих его товарах, услугах и их производителях.

Источники сети Интернет, приведенные экспертизой, в частности, [https://ru.ruwiki.ru/wiki/%D0%90%D1%80%D0%B1%D0%B0%D1%82\\_%D0%9F%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%B6](https://ru.ruwiki.ru/wiki/%D0%90%D1%80%D0%B1%D0%B0%D1%82_%D0%9F%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%B6) [1], <https://ria.ru/20080124/97681996.html> [2], <https://www.brandpedia.ru/brand-1320.html> [3], <https://www.kp.ru/daily/24039/97889/?ysclid=m2iqт1z598646246769>[4], <https://www.kommersant.ru/theme/705?ysclid=m2iqт6ux3h3538802> [5], <https://rg.ru/sujet/3242?ysclid=m2iqтj2li8424973963>[6], <https://www.retail.ru/rbc/tradingnetworks/arat-prestizh/>[7], [https://www.dp.ru/a/2008/12/28/Arbat\\_prestizh\\_zakrilsja](https://www.dp.ru/a/2008/12/28/Arbat_prestizh_zakrilsja) [8], [https://new-retail.ru/magaziny/istoriya/arat\\_prestizh\\_a\\_bylo\\_li\\_delo1195/](https://new-retail.ru/magaziny/istoriya/arat_prestizh_a_bylo_li_delo1195/)[9], относятся к обозначению «Арбат Престиж», прежде используемое Холдингом «Арбат Престиж».

Кроме того, в средствах массовой информации получило широкую огласку уголовное дело против холдинга «Арбат Престиж», которое впоследствии вызвало общественный резонанс, что подтверждается сведениями из сети Интернет, также относящимися к обозначению «Арбат Престиж», непосредственно связанным с ОАО «Арбат Престиж», в частности:

<https://rg.ru/sujet/3242?ysclid=mbhs2ewybq794551547> [9], [https://rapsinews.ru/trend/arrest\\_chief\\_arbat\\_prestige\\_240108/](https://rapsinews.ru/trend/arrest_chief_arbat_prestige_240108/) [10], <https://www.forbes.ru/tegi/arat-prestizh> [11], <https://www.interfax.ru/business/186197> [12], <https://www.gazeta.ru/social/2008/01/24/2594797.shtml> [13], <https://www.bfm.ru/news/98407> [14],

<https://rb.ru/article/set-arbat-prestij-zakryvaet-posledniy-magazin/> [15],

<https://www.5-tv.ru/news/38799/> [16],

<https://www.infox.ru/news/25/23301-vladelcev-arbat-prestiza-snova-zdet-sud> [17].

Следует отметить, что несмотря на то, что ОАО «Арбат Престиж» было признано банкротом и деятельность указанной компании была прекращена, вместе с тем, заявленное обозначение, воспроизводящее обозначение «АрбатПрестиж», принадлежавшее юридическому лицу, являвшемуся хорошо известным потребителям в Российской Федерации и снискавшему среди них большую популярность, может быть воспринято потребителем как возрождение популярной парфюмерно-косметической сети магазинов.



ОАО «АРБАТ ПРЕСТИЖ»  
«ARBATPRESTIGE»

Таким образом, регистрация заявленного обозначения воспроизводящего обозначение «АрбатПрестиж», используемое указанной компанией на протяжении длительного времени и являющееся широко известным на территории Российской Федерации, на имя другого лица, способна ввести в заблуждение потребителя относительно производителя заявленных товаров и лица, оказывающего заявленные услуги.

Также коллегия сопоставила информацию о деятельности ОАО «Арбат Престиж» с товарами и услугами 03, 05, 14, 16, 18, 25 и услуг 35, 38, 44 классов МКТУ заявленного обозначения, в отношении которых испрашивается предоставление правовой охраны.

Так, деятельность ОАО «Арбат Престиж» связана со сферой в области парфюмерно-косметической продукции и ее продаже (продвижению). Согласно МКТУ указанная продукция относится к 03, 35 классам, а также к корреспондирующим 05, 16, 18, 25 классам.

Испрашиваемые товары 03 класса МКТУ *«амбра [парфюмерия]; антиперспиранты [туалетные принадлежности]; ароматизаторы [эфирные масла]; ароматизаторы воздуха; ароматизаторы для кондитерских изделий из сдобного теста [эфирные масла]; ароматизаторы для напитков [эфирные масла]; ароматизаторы пищевые [эфирные масла]; бальзамы, за исключением*

используемых для медицинских целей; басма [краситель косметический]; блески для губ; блестки для ногтей; блестки для тела; вазелин косметический; вата для косметических целей; вата, пропитанная препаратами для удаления макияжа; вещества клейкие для косметических целей; вода ароматическая; вода лавандовая; вода мицеллярная; вода туалетная; воск для удаления волос; воск для усов; гели для массажа, за исключением используемых для медицинских целей; гелиотропин; гель для отбеливания зубов; гераниол; глиттеры для ногтей; грим; дезодоранты для домашних животных; дезодоранты для человека или животных; депилятории; диффузоры с палочками ароматические; древесина ароматическая; духи; жиры для косметических целей; изделия парфюмерные; изображения переводные декоративные для косметических целей; ионон [парфюмерный]; камень квасцовый для бритья [вяжущее средство]; камни квасцовые [вяжущие средства]; карандаши для бровей; карандаши для отбеливания зубов; карандаши косметические; клеи для прикрепления искусственных ресниц; клеи для прикрепления накладных волос; кондиционеры для волос; красители для бороды и усов; красители косметические; краски для тела косметические; кремы для отбеливания кожи; кремы косметические; кремы на основе эфирных масел для использования в ароматерапии; ладан; лаки для волос; лаки для ногтей; латекс жидкий для окрашивания тела косметический; лосьоны для волос; лосьоны для косметических целей; лосьоны после бритья; маски косметические; маски листовые для косметических целей; маски с паровым нагревом одноразовые, не для медицинских целей; масла для парфюмерии; масла косметические; масла туалетные; масла эфирные; масла эфирные для использования в ароматерапии; масла эфирные из кедр; масла эфирные из лимона; масла эфирные из цитрона; масло бергамотовое; масло гаультериевое; масло жасминное; масло лавандовое; масло миндальное; масло розовое; молоко миндальное для косметических целей; молочко туалетное очищающее; мускус [парфюмерия]; мыла; мыла дезодорирующие; мыла для бритья; мыла кусковые туалетные; мыла против потения; мыла против потения ног; мыло миндальное; мята для парфюмерии; наклейки для глаз гелевые косметические; наклейки для ногтей; наклейки для создания двойного века; ногти искусственные;

одеколон; палетки для макияжа, содержащие косметические средства; палочки фимиамные; пасты зубные; патчи для глаз гелевые косметические; пемза; пеналы для губной помады; пероксид водорода для косметических целей; повязки для восстановления ногтей; полоски для освежения дыхания; полоски отбеливающие для зубов; помада губная; помады для косметических целей; препараты для бритья; препараты для ванн косметические; препараты для ванн, не для медицинских целей; препараты для выпрямления волос; препараты для завивки волос; препараты для осветления кожи; препараты для полирования зубных протезов; препараты для полоскания рта, за исключением используемых в медицинских целях; препараты для похудения косметические; препараты для промывания глаз, не для медицинских целей; препараты для спринцевания в целях личной гигиены или дезодорации [туалетные принадлежности]; препараты для удаления макияжа; препараты для ухода за ногтями; препараты для чистки зубных протезов; препараты коллагеновые для косметических целей; препараты с алоэ вера для косметических целей; препараты солнцезащитные; препараты, освежающие дыхание для личной гигиены; пудра для макияжа; расплавы восковые [ароматизирующие препараты]; растворы вагинальные для интимной гигиены или в качестве дезодоранта; ресницы искусственные; салфетки антистатические для сушильных машин; салфетки детские, пропитанные очищающими средствами; салфетки, пропитанные косметическими лосьонами; салфетки, пропитанные препаратами для удаления макияжа; сафрол; свечи массажные для косметических целей; смеси ароматические из цветов и трав; соли для ванн, за исключением используемых для медицинских целей; составы для окуривания ароматическими веществами [парфюмерные изделия]; спреи для освежения дыхания; спреи охлаждающие для косметических целей; средства вяжущие для косметических целей; средства для бровей косметические; средства для гримирования; средства для загара косметические; средства для окрашивания волос; средства для перманентной завивки нейтрализующие; средства для ресниц косметические; средства для ухода за кожей косметические; средства для чистки зубов; средства косметические; средства косметические для детей; средства косметические для животных;

*средства моющие для интимной гигиены немедицинские; средства моющие, за исключением используемых для промышленных и медицинских целей; средства обесцвечивающие [деколораторы] для косметических целей; средства туалетные; средства увлажняющие для кожи для косметических целей; средства фитокосметические; сыворотки для косметических целей; тальк туалетный; тампоны ватные для косметических целей; терпены [эфирные масла]; тоники для косметических целей; тушь для ресниц; хна [краситель косметический]; чай для ванн для косметических целей; шампуни; шампуни для животных [средства гигиенические немедикаментозные]; шампуни для комнатных животных [средства гигиенические немедикаментозные]; шампуни сухие; штампы косметические, заполненные; экстракты растительные для косметических целей; экстракты цветочные [парфюмерия]; эссенции эфирные; эссенция из бадьяна; эссенция мятная [эфирное масло]», относящиеся к категории парфюмерно-косметической и уходовой продукции, товары 05 класса МКТУ «дезодоранты для наполнителей лотков; дезодоранты для одежды и текстильных изделий; дезодоранты для освежения воздуха; дезодоранты, за исключением предназначенных для человека или животных; дезодораторы ароматические для туалетов; добавки пищевые с косметическим эффектом; лосьоны для ветеринарных целей; лосьоны для волос лечебные; лосьоны для фармацевтических целей; лосьоны после бритья лечебные; мыла антибактериальные; мыла дезинфицирующие; мыла лекарственные; ополаскиватели для полости рта медицинские; освежители воздуха ароматические для туалетов; пасты зубные лечебные; прокладки гигиенические; прокладки ежедневные [гигиенические]; салфетки, пропитанные дезинфицирующими средствами для гигиенических целей; салфетки, пропитанные фармацевтическими лосьонами; свечи массажные для терапевтических целей; средства моющие для животных [инсектициды]; средства моющие для скота [инсектициды]; средства моющие для собак [инсектициды]; средства моющие инсектицидные для ветеринарных целей; средства дезинфицирующие для гигиенических целей; средства для чистки зубов лечебные; шампуни инсектицидные для животных; шампуни лечебные; шампуни лечебные для домашних животных; шампуни*

*педикулицидные; шампуни сухие лечебные», относящиеся к категории косметических, гигиенических и уходовых средств, товары 16 класса МКТУ «баннеры бумажные; банты бумажные, за исключением галантерейных изделий или украшений для волос; брошюры; буклеты; бумага упаковочная; вывески бумажные или картонные; вымпелы бумажные; журналы [издания периодические]; издания периодические; издания печатные; конверты [канцелярские товары]; коробки бумажные или картонные; ленты бумажные, за исключением галантерейных изделий или украшений для волос; ленты самоклеящиеся канцелярские или бытовые; листовки; листы бумажные или пластиковые для контроля влажности, используемые как материал для упаковки; листы вязкозные для упаковки; листы из регенерированной целлюлозы для упаковки; листы пузырчатые пластмассовые для упаковки или расфасовки; материалы набивочные из бумаги или картона; материалы упаковочные [прокладочные, набивочные] из бумаги или картона; материалы упаковочные из крахмала; мешки [конверты, пакеты] для упаковки бумажные или пластмассовые; мешки для мусора бумажные или пластмассовые; наклейки самоклеящиеся [канцелярские товары]; обертки для бутылок бумажные или картонные; открытки поздравительные; плакаты; платки носовые бумажные; пленка на основе морских водорослей для упаковки; пленка пластиковая для упаковки; пленки пластиковые эластичные для паллетирования; полотенца для лица бумажные; полотенца для рук бумажные; приспособления для приклеивания этикеток ручные; продукция печатная; салфетки бумажные для снятия макияжа; салфетки бумажные для чистки; упаковки для бутылок бумажные или картонные; щиты рекламные бумажные или картонные; эмблемы [клейма бумажные]; этикетки из бумаги или картона», представляющих собой продукцию печатную, бумажную, продукцию упаковочную, товаров 18 класса МКТУ «мешки [конверты, сумки] кожаные для упаковки; несессеры для туалетных принадлежностей незаполненные; сумки для туалетных принадлежностей незаполненные», относящиеся к товарам для упаковки и аксессуарам для косметической продукции, товары 25 класса МКТУ «одежда форменная», услуги 35 класса МКТУ «администрирование программ лояльности потребителей; анализ*

себестоимости; аренда кассовых аппаратов; аренда площадей для размещения рекламы; демонстрация товаров; изучение общественного мнения; изучение рынка; исследования в области бизнеса; исследования конъюнктурные; исследования маркетинговые; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; макетирование рекламы; маркетинг; маркетинг в части публикаций программного обеспечения; маркетинг влияния; маркетинг целевой; написание рекламных текстов; написание текстов рекламных сценариев; обновление рекламных материалов; обработка текста; 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; 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 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; прогнозирование экономическое; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; производство программ телемагазинов; производство рекламных фильмов; прокат рекламного времени в средствах массовой информации; прокат рекламных материалов; прокат рекламных щитов; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; профилирование потребителей в коммерческих или маркетинговых целях; публикация рекламных текстов; радиореклама; разработка маркетинговых концепций; разработка рекламных концепций; расклейка афиш; распространение образцов; распространение рекламных материалов; рассылка рекламных материалов прямая почтовая; реклама; реклама интерактивная в компьютерной сети; реклама наружная; реклама почтой;

*реклама с оплатой за клик; реклама телевизионная; составление информационных индексов в коммерческих или рекламных целях; управление коммерческое лицензиями на товары и услуги для третьих лиц; управление процессами обработки заказов товаров; услуги агентства по импорту-экспорту; услуги коммерческого лоббирования; услуги конкурентной разведки; услуги лидогенерации; услуги манекенищиков для рекламы или продвижения товаров; услуги по исследованию рынка; услуги по оптовой торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по поисковой оптимизации продвижения продаж; услуги по розничной торговле фармацевтическими, ветеринарными, гигиеническими препаратами и медицинскими принадлежностями; услуги по составлению перечня подарков; услуги по сравнению цен; услуги рекламного агентства; услуги рекламные по созданию фирменного стиля для третьих лиц; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги телемаркетинга», относящиеся к услугам продвижения и продажи товаров, услуги 44 класса МКТУ «маникюр; прокат приборов для укладки волос; услуги барбершопов; услуги косметологов; услуги по окрашиванию волос; услуги салонов красоты; услуги эстетические», относящиеся к услугам красоты, соотносятся с деятельностью ОАО «Арбат Престиж», сведения о которой обнаружены в сети до даты приоритета заявленного обозначения. Сравнимые товары и услуги соотносятся друг с другом по родовому/видовому признаку, имеют сходное назначение и круг потребителей.*

С учетом вышеизложенного коллегия приходит к выводу, что регистрация на имя заявителя заявленного обозначения в отношении вышеуказанных испрашиваемых товаров и услуг 03, 05, 16, 18, 25, 35, 44 классов МКТУ способна ввести потребителя в заблуждение относительно производителя заявленных товаров и лица, оказывающего заявленные услуги, так как установлено, что данное обозначение в течение периода времени, предшествующего дате подачи заявки, использовалось другим лицом.

Кроме того, словесный элемент «Арбат», входящий в состав заявленного обозначения, в сознании потребителя вызывает определенные ассоциации,

связанные с городом Москва, поскольку «Арбат» - является исторической улицей и районом Москвы, находящийся в западной стороне центра столицы. «Арбат» является одной из самых оживленных и популярных мест в Москве, впервые название «Арбат» упоминается в 1493 году, в настоящее время «Арбат» стал пешеходной зоной, где открыто множество магазинов и кафе, художественных салонов, галерей и многочисленных торговых лотков, Энциклопедический словарь. 2009, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/es/69144/АРБАТ>.

Включенный в состав заявленного обозначения словесный элемент «Арбат», представляющий собой официальное название исторической улицы в Москве, может вызывать у потребителя определенные ассоциативные связи с нахождением заявителя в городе Москве, в то время как заявитель находится в Курской области.

Таким образом, входящий в состав заявленного обозначения словесный элемент «Арбат» и, соответственно, все обозначение в целом, подпадает под действие пункта 3 статьи 1483 Кодекса как способное ввести потребителя в заблуждение относительно производителя (его местонахождения) товаров 03, 05, 14, 16, 18, 25 и услуг 35, 38, 44 классов МКТУ.

В отношении довода заявителя о том, что источники сети Интернет указывают на различные города, в которых «Арбатом» называют пешеходные улицы, а именно: «Казанский Арбат», «Киевский Арбат», «Брестский Арбат», «Челябинский Арбат», «Нижегородский Арбат», «Рязанский Арбат», ввиду чего невозможно однозначно связывать обозначение «Арбат Престиж» исключительно с улицей в Москве, коллегия отмечает следующее.

Действительно, в сети Интернет присутствуют различные ссылки на иные города, где обозначение «Арбат» используется в качестве названия пешеходной улицы. Однако следует отметить, что указанные заявителем названия «Казанский Арбат», «Брестский Арбат», «Челябинский Арбат», «Нижегородский Арбат» и т.д. не являются официальными названиями улиц в указанных городах, в частности, в Казани – это улица Баумана, в Бресте – улица Советская, в Челябинске – улица Кирова, в Нижнем Новгороде – улица Большая Покровская и т.д. Как правило, названия «Казанский Арбат», «Брестский Арбат», «Челябинский Арбат»,

«Нижегородский Арбат» и т.д. используются как дополнительные (неофициальные или так называемые) названия популярной (главной) прогулочной пешеходной зоны, по аналогии с пешеходной улицей московского Арбата.

Следует отметить, что наиболее очевидным смысловым значением и возникающей ассоциацией для потребителя при упоминании обозначения «Арбат» будет являться именно улица Арбат (район), находящийся в городе Москва.

Кроме того, обозначение «Арбат Престиж», как было установлено, воспроизводит название «Арбат Престиж», используемое популярной в 2000-х компанией, развивавшей одноимённую сеть парфюмерно-косметических магазинов, расположенных в Москве и Московской области, а впоследствии и в других городах. Следует отметить, что указанная сеть магазинов получила свое развитие именно из города Москва, с учетом данного факта при восприятии заявленного обозначения и, соответственно, элемента «Арбат», наиболее очевидные ассоциации у потребителя будут возникать именно с городом (районом) Москва.

Таким образом, коллегия делает вывод, что заявленное обозначение в целом не соответствует требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

В отношении довода экспертизы, что регистрация заявленного обозначения может быть признана противоречащей общественным интересам, поскольку использование данного обозначения в гражданском обороте может быть расценено как акт недобросовестной конкуренции, коллегия отмечает следующее.

Для проверки необходимости применения положений подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса коллегии необходимо установить будет ли ущемлять регистрация заявленного обозначения в качестве товарного знака интересы неопределенно широкого круга лиц.

Вместе с тем факт существования и деятельности компании ОАО «Арбат Престиж» с наименованием «АрбатПрестиж» сам по себе не является основанием для применения положений подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса. Те или иные выводы о возможности применения данной нормы должны быть основаны на исследовании соответствующих ассоциаций, возникающих у потребителей, характера восприятия ими спорного обозначения.

Следовательно, указанный довод экспертизы оценивается коллегией как не доказывающий необходимость применения положений подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

При этом установление наличия факта недобросовестной конкуренции не относится к компетенции Федеральной службы по интеллектуальной собственности.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 05.08.2025, изменить решение Роспатента от 06.06.2025 и отказать в государственной регистрации товарного знака по заявке №2023753403 с учетом дополнительных обстоятельств.**