

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
**коллегии 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 поступившее 11.03.2024 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №908923, поданное Индивидуальным предпринимателем Антоновой Ириной Андреевной, Чувашская республика, город Чебоксары (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установила следующее.



Регистрация товарного знака «**etolove**» по заявке №2022722315 от 08.04.2022 произведена в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) 06.12.2022 за № 908923. Товарный знак зарегистрирован на имя Ребрищева Александра Васильевича, 644011, Омская область, г. Омск, ул. Конева, д. 32, кв. 8 (далее – правообладатель), в отношении товаров 03, 05, 10, 18, 25, 28 и услуг 35, 40 классов Международной

классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), перечисленных в перечне свидетельства.

В возражении, поступившем в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 11.03.2024, выражено мнение о том, что регистрация товарного знака по свидетельству № 908923 произведена в нарушение требований, установленных пунктом 8 статьи 1483 Кодекса.

Возражение основано на следующих доводах.

Обратившееся с возражением лицо сообщает, что у него возникло более раннее право на коммерческое обозначение "erolove" для индивидуализации принадлежащего ему магазина по продаже товаров интимного назначения.

В обоснование заявленных требований лицо, подавшее возражение, просит принять во внимание следующие факты: появление магазина «erolove» в городе Чебоксары в 2015 году подтверждается фотографией имущественного комплекса с наружной вывеской, которая размещена в справочнике города Чебоксары с контактами организаций и предприятий на сайте «cheb.ru» 24.07.2015; 1 сентября 2015 года по настоящее время заявитель непрерывно использует на праве аренды (субаренды) нежилое помещение; ведение торговой деятельности подтверждается фотографиями из «google карт», справочника «2GIS», «Яндекс карт»; в 2018 году заявитель согласовал дизайн-проект информационных конструкций для вывески коммерческого обозначения "erolove" с главным художником города Чебоксары, после чего указанная вывеска непрерывно располагалась на доступном для взора потребителей фасаде здания магазина, расположенного по адресу: город Чебоксары, проспект Ленина, дом 56; 7 октября 2016 года разработан дизайн бренда "erolove" и дизайн сайта «<https://erolove.su>» по договору с разработчиком; заявитель использует группу "ВКонтакте" «<https://vk.com/erolovesexshop>», созданную заявителем 3 февраля 2015 года, 3 350 подписчиков, «erolove\_sexshop», зарегистрированную в 2013 году, 10 238 подписчиков; из поисковых запросов магазина "erolove" в справочнике с картами городов «2GIS» за 2015-2023 года видно топ поисковых запросов, по которым пользователи находили магазин "erolove", к примеру, по запросу секс-шопы, интим-магазины 29,3 % пользователей справочника «2GIS» в

2023 году находили именно магазин "erolove". Данный вывод подтверждается разъяснениями поддержки справочника «2GIS»; обратившееся лицо сообщает о статистике за 2015-2020 г.г: в июне 2019 года магазин нашли в поисковой системе «google» - 3 973 пользователя; в июле 2019 года - 3 964 человек потенциальных потребителей увидели магазин заявителя; в феврале 2020 года - 16 908 человек; в марте 2020 года - 16 849 пользователей; в апреле 2020 года магазин увидело - 17 634 пользователя, из них 79 зашли на сайт заявителя; в мае 2020 года - 22 519 пользователей; из «Яндекс статистики» за 2020-2023 видно, что в профиль компании «erolove» произошло переходов в количестве 63 291, маршрут проложили 1 136 человек, 663 человек позвонили в "erolove", перешли на сайт 4 379 пользователей.

В возражении сделан вывод о том, что товарный знак по свидетельству №908923 имеет дату приоритета 08.04.2022, а коммерческое обозначение «erolove» используется в предпринимательской деятельности заявителем с 2015 года (в социальной сети с целью продвижения магазина с 2013 года) и стало известным для потребителей в связи с продвижением магазина "для взрослых", как минимум, с 2016 года, последнее имеет более ранний приоритет по сравнению с товарным знаком, то есть произведенная регистрация не соответствует требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №908923 недействительной частично, а именно, с учетом дополнений от 07.02.2025, в отношении следующих товаров и услуг:

- 03 класса МКТУ «ароматизаторы [эфирные масла]; гели для массажа, за исключением используемых для медицинских целей; масла косметические; масла туалетные; масла эфирные; масла эфирные для использования в ароматерапии; масла эфирные из кедра; масла эфирные из лимона; масла эфирные из цитрона; масло бергамотовое; масло гаультериевое; масло жасминное; масло лавандовое; масло миндальное; масло розовое; средства моющие для интимной гигиены немедицинские; средства моющие для личной гигиены дезинфицирующие или

дезодорирующие; средства туалетные; средства туалетные против потения [туалетные принадлежности]; эссенции эфирные; эссенция из бадьяна; эссенция мятная [эфирное масло]»;

- 10 класса МКТУ «вибромассажеры; колпачки менструальные; куклы эротические [секс-куклы]; презервативы; приборы для массажа; секс-игрушки»;

- 25 класса МКТУ «апостольники; банданы [платки]; белье нижнее; белье нижнее, абсорбирующее пот; береты; блузы; боа [горжетки]; боди [женское белье]; боксеры [шорты]; ботильоны; ботинки лыжные; ботинки спортивные; бриджи; брюки; бутсы; бюстгальтеры; бюстгальтеры самоклеющиеся; валенки [сапоги фетровые]; варежки; воротники [одежда]; воротники съемные; вставки для рубашек; вуали [одежда]; габардины [одежда]; галоши; галстуки; галстуки-банты с широкими концами; гамаши; гамаши короткие; гетры [теплые носочно-чулочные изделия]; голенища сапог; грации; джерси [одежда]; жилеты; изделия спортивные трикотажные; изделия трикотажные; каблуки; каблуки для обуви; капюшоны [одежда]; каркасы для шляп [остовы]; карманы для одежды; кашне; кепки [головные уборы]; кимоно; козырьки для фуражек; козырьки, являющиеся головными уборами; колготки; комбинации [белье нижнее]; комбинезоны [одежда]; комбинезоны для водных лыж; корсажи [женское белье]; корсеты [белье нижнее]; костюмы; костюмы купальные; костюмы маскарадные; костюмы пляжные; косынки; купальники гимнастические; куртки [одежда]; куртки из шерстяной материи [одежда]; куртки рыбацкие; легинсы [штаны]; ливреи; лифы; майки спортивные; манжеты; манишки; мантильи; манто; маски для лица [одежда], не предназначенные для медицинских или санитарных целей; маски для сна; меха [одежда]; митенки; митры [церковный головной убор]; муфты [одежда]; муфты для ног неэлектрические; нагрудники детские, за исключением бумажных; нагрудники с рукавами, за исключением бумажных; накидки меховые; накидки парикмахерские; насадки защитные на каблуки; наушники [одежда]; носки; носки, абсорбирующие пот; обувь; обувь гимнастическая; обувь пляжная; обувь спортивная; одежда; одежда бумажная; одежда верхняя; одежда вышитая; одежда готовая; одежда для автомобилистов; одежда для велосипедистов; одежда для гимнастов; одежда из

искусственной кожи; одежда из латекса; одежда кожаная; одежда непромокаемая; одежда светодиодная; одежда спортивная с цифровыми датчиками; одежда форменная; одежда, содержащая вещества для похудения; окантовка металлическая для обуви; орари [церковная одежда]; пальто; панталоны [нижнее белье]; парки; пелерины; перчатки [одежда]; перчатки без пальцев; перчатки велосипедные; перчатки водительские; перчатки для лыжников; перчатки теплые для устройств с сенсорным экраном; пижамы; плавки; пластроны; платки головные; платки шейные; платочки для нагрудных карманов; платья; повязки для головы [одежда]; подвязки; подвязки для носков; подвязки для чулок; подкладки готовые [элементы одежды]; подмышники; подошвы для обуви; подтяжки; полуботинки; полуботинки на шнурках; пончо; пояса [белье нижнее]; пояса [одежда]; пояса церемониальные; пояса-кошельки [одежда]; пояса-шарфы; приданое для новорожденного [одежда]; приспособления, препятствующие скольжению обуви; пуловеры; пятки для чулок двойные; ранты для обуви; ризы [церковное облачение]; рубашки; сабо [обувь]; сандалии; сандалии банные; сапоги; сарафаны; сари; саронги; свитера; союзки для обуви; стельки; стихари; тапочки банные; тоги; трикотаж [одежда]; трусы; туфли; туфли комнатные; тюбетейки; тюрбаны; уборы головные; фартуки [одежда]; форма для дзюдо; форма для карате; футболки; футболки компрессионные [рашгарды]; халаты; халаты купальные; цилиндры; части обуви носочные; чулки; чулки, абсорбирующие пот; шали; шапки бумажные [одежда]; шапочки для душа; шапочки купальные; шарфы; шарфы-трубы; шипы для бутс; шляпы; штанишки детские [белье нижнее]; штрипки; шубы; эспадрильи; юбки; юбки нижние; юбки-шорты»;

- 28 класса МКТУ «автоматы аркадные для видеоигр; автоматы для видеоигр; автоматы игровые для азартных игр; автоматы игровые с предварительной оплатой; автомобили [игрушки]; бассейны [изделия для игр и спорта]; батуты; безделушки для вечеринок [знаки внимания]; билеты лотерейные со стираемым слоем; бирки для сумок для гольфа; блоки стартовые спортивные; боди-борды; бумеранги; бутылочки с соской для кукол; велосипеды трехколесные для детей младшего возраста [игрушки]; велотренажеры; вентиляторы охлаждения внешние для игровых консолей; верши рыболовные [ловушки рыболовные]; воланы для игры в

бадминтон; волчки [игрушки]; гантели гимнастические; гироскопы и стабилизаторы полета для воздушных моделей; головоломки из набора элементов для составления картины; голубки из глины [мишени]; груши боксерские; датчики клева [принадлежности рыболовные]; дельтапланы; джойстики для видеоигр; диски летающие [игрушки]; диски спортивные; домики для кукол; домики игровые для детей; домино; доски для плавания поддерживающие; доски для сапсерфинга; доски для серфинга; доски пружинящие [товары спортивные]; доски роликовые для катания; доски с парусом для серфинга; доски шахматные; доски шашечные; дроны [игрушки]; дротики; елки новогодние из синтетических материалов; емкости для игровых костей; жилеты для плавания; жумары [альпинистское снаряжение]; змеи бумажные; иглы для насосов для накачивания игровых мячей; игрушки; игрушки для домашних животных; игрушки мягкие; игрушки надувные для бассейнов; игрушки плюшевые; игрушки с подвижными частями; игрушки с сюрпризом для розыгрыша; игрушки-антистресс; игры; игры и игрушки портативные электронные с телекоммуникационными функциями; игры карточные; игры карточные коллекционные; игры настольные; игры настольные с игровым полем; игры портативные с жидкокристаллическими дисплеями; игры с кольцами; игры-конструкторы; изделия игрушечные, имитирующие косметику; изделия надувные для плавания в бассейне; калейдоскопы; камеры для мячей для игр; канифоль, используемая атлетами; канты лыжные; карточки для игр; карты для бинго; карты игральные; карусели ярмарочные; катушки рыболовные; качалки-лошади [игрушки]; качели; качели для йоги; каяки для серфинга; кегли; кегли [игра]; кии бильярдные; клюшки для гольфа; клюшки хоккейные; коврики развивающие детские; кожа тюленья [для опорных поверхностей лыж]; колокольчики для новогодних елок; комнаты для кукол; контроллеры для игровых консолей; контроллеры для игрушек; конусы маркировочные для спорта; конфетти; коньки ледовые; коньки роликовые; коньки роликовые однополозные; кости игральные; костюмы для электростимуляции мышц для спортивных тренировок; краскораспылители [спортивные принадлежности]; крепления для лыж; кровати для кукол; круги для рулетки вращающиеся; крючки рыболовные; кубики строительные

[игрушки]; куклы; куклы шарнирные; ласты для дайвинга; ласты для плавания; ласты для подводного плавания; ласты для рук; ленты для художественной гимнастики; лески рыболовные; лески рыболовные из кишок животных; луки для стрельбы; лыжи; лыжи водные; лыжи роликовые; маджонг; макеты [игрушки]; манки для охоты; марионетки; маски [игрушки]; маски карнавальные; маски театральные; маски фехтовальные; массы пластические для лепки в качестве игрушки; мастика для лепки в качестве игрушки; матрешки; мачты для досок с парусом; машины для подачи мячей; медведи плюшевые; мел для бильярдных киев; мишени; мишени электронные; мобайлы [игрушки]; модели [игрушки]; модели масштабные сборные [игрушки]; модели транспортных средств масштабные; мотовила для воздушных змеев; мячи для игр; наживки искусственные; накладки для бортов бильярдных столов; наколенники [товары спортивные]; наконечники для бильярдных киев; налокотники [товары спортивные]; нарды; насосы, специально приспособленные для игровых мячей; обвязки альпинистские; обручи для тренировок со встроенными измерительными датчиками; одежда для кукол; оружие для пейнтбола [спортивные принадлежности]; оружие фехтовальное; пазлы; палатки игровые; палки для роликовых лыж; палки лыжные; палочки для мажореток; палочки-браслеты святящиеся в качестве игрушек для вечеринок; парaplаны; патинко; перчатки бейсбольные; перчатки боксерские; перчатки для гольфа; перчатки для игр; перчатки для подачи [принадлежности для игр]; перчатки перепончатые для плавания; перчатки фехтовальные; песочницы для детских площадок; пиньяты; пистолеты игрушечные; пистолеты игрушечные пневматические; пистоны [игрушки]; пистоны для игрушечных пистолетов [игрушки]; пленка защитная для экранов игровых консолей; погремушки [игрушки]; подковы для игр; подсвечники для новогодних елок; подставки для новогодних елок; покрытия для опорных поверхностей лыж; поплавки для плавания; поплавки рыболовные; пояса для плавания; пояса клейкие тренировочные для электрической стимуляции мышц живота; пояса тренировочные для талии; приманки для охоты или рыбной ловли; приманки пахучие для охоты и рыбалки; принадлежности для

стрельбы из лука; приспособления для намотки веревок для бумажных змеев; приспособления для пуска мыльных пузырей [игрушки]; приспособления для укладывания на место комьев земли [принадлежности для гольфа]; приспособления маркерные для записи при игре в бильярд; приставки игровые; приставки игровые портативные; прокладки защитные [элементы спортивной экипировки]; ракетки; раковины для защиты паха спортивные; ремни для досок для серфинга; ремни для досок с парусом; ремни для тяжелоатлетов [товары спортивные]; роботы игрушечные; рогатки [товары спортивные]; ролики для велотренажеров; ружья гарпунные [товары спортивные]; салфетки-игрушки; самокаты [игрушки]; сани [товары спортивные]; сани для бобслея; сани для скелетона; сачки для бабочек; сачки рыболовные; сетки спортивные; сетки теннисные; сигнализаторы поклевки [принадлежности рыболовные]; скретч-карты для лотерей; слот-машины [игровые автоматы]; снаряды гимнастические; снаряды для метания; снаряды спортивные для упражнений в тяжелой атлетике; снасти рыболовные; снег искусственный для новогодних елок; снегоступы; сноуборды; средства транспортные [игрушки]; средства транспортные игрушечные с дистанционным управлением; стаканы для игровых костей; стенды для стрельбы по летающим мишеням; столы бильярдные; столы бильярдные с автоматами для предварительной оплаты; столы для настольного тенниса; струны для ракеток; струны для ракеток из кишок животных; сумки для гольфа, на колесах или без них; сумки для крикета; сумки-тележки для гольфа; тарелки глиняные [мишени]; тобогганы [игрушки]; тренажеры силовые; тренажеры спортивные; триктрак; трусы поддерживающие спортивные [товары спортивные]; удочки рыболовные; украшения елочные, за исключением лампочек, свечей и кондитерских изделий; устройства для бросания теннисных мячей; устройства для демонстрации фокусов; устройства для игр; устройства и оборудование для боулинга; утяжелители для тренировок; фигурки [игрушки]; фигурки персонажей; фишки [жетоны] для игр; фишки для азартных игр; футбол настольный; хлопушки для праздников; хлопушки ручные [игрушки-трещотки]; хлопушки-сюрпризы [рождественские крекеры]; чехлы специальные для досок для серфинга; чехлы специальные для лыж; шарики для игр; шары бильярдные; шары



воздушные для праздников; шары для боулинга; шары для игры в боулз; шары пейнтбольные [снаряды для пейнтбольного оружия] [товары спортивные]; шары снежные; шахматы; шашки [игра]; шесты для прыжков; шляпы бумажные для праздников; щитки [товары спортивные]; экраны камуфляжные [товары спортивные]; эспандеры [тренажеры]»;

- 40 класса МКТУ «аппретирование текстильных изделий; переделка одежды; пошив одежды; раскрой тканей, услуги портных».

В подтверждение доводов возражения представлены следующие материалы:

1. Выписка из ЕГРИП заявителя;
2. Распечатка из реестра товарных знаков по товарному знаку №908923;
3. Фото имущественного комплекса с наружной вывеской «cheb.ru» в 2015;
4. Аренда (письмо собственника нежилого помещения, письмо арендатора нежилого помещения, договор аренды нежилого помещения № АБ-3-15 от 1 июля 2015 года, акт приема-передачи, договор субаренды № ОБ-1-17 от 1 сентября 2017 года, акт приема передачи, свидетельство о государственной регистрации права, свидетельство о заключении брака, платежные поручения об оплате аренды за весь период, счета на оплату за аренду помещения, договор с частной охранной организацией № 081/15-АТР от 9 июля 2015 года с актами выполненных работ по охране помещения и платежными поручениями об оплате);
5. Фотогалерея имущества начиная с 2017 года;
6. Дизайн-проект информационных конструкций (вывеска) 2018 года;
7. Договор № 33 от 7 октября на разработку дизайна бренда «erolove», рабочая переписка с дизайнером-исполнителем, платежные поручения об оплате услуг дизайнера;
8. Бланк-заказа на рекламные услуги, акты выполненных работ на рекламные услуги в справочнике с картами городов и контактами организаций "2GIS" 2019-2020, 2021, 2022, 2023;
9. «Google» статистика с 2015 года;
10. «Яндекс-статистика» за 03.2020-10.2023, платежные поручения подтверждающие оплату рекламы в 2020-2023;

11. Отзывы покупателей начиная с 2015, грамоты и сертификаты;
12. Выписки по эквайрингу и кассовые чеки;
13. Договор о предоставлении услуг по продвижению бренда "erolove" в социальных сетях №10-17 от 29 марта 2017 года, платежные поручения, счета на оплату, рабочая переписка и акты выполненных работ;
14. Договор № 22 о спонсорстве от 11 марта 2019 года с участием бренда "erolove", рабочая переписка и фотоотчет о проведенном мероприятии (реклама);
15. Договор оказания рекламных услуг № 192 от 12 декабря 2017 года с ООО "Геометрия стиля", акты оказанных услуг, платежные поручения, рабочая переписка;
16. Рабочая переписка о разработке дисконтных карт в 2018 году и платежные поручения об оплате исполнителю;
17. Рабочая переписка о заказе печати визиток;
18. Свидетельство о регистрации доменного имени, «erolove.su», свидетельство о браке, скрин вебархив сайта в 2017 году;
19. Рабочая переписка в 2015 году о создании рекламного ролика на радио «Loveradio» на 2 листах + рекламный ролик на радио;
20. Скрин-копия «web.archive.org» размещенной рекламы в 2015, 2016, 2020, 2021, рабочая переписка в 2015 года о рекламе "На-связи.ш", акты выполненных работ на рекламу, платежные поручения об оплате рекламы;
21. Заказы товаров на сайте "erolove" товаров интимного значения с 2020 года;
22. Реклама в сообществе «Вконтакте» с 2015 года;
23. Рекламная рассылка «whatsapp» клиентам заявителя;
24. Поисковые запросы по слову «erolove» в поисковиках в сети Интернет, результатом поиска которых является магазин заявителя;
25. Скрин-копия страницы в запрещенной России социальной сети.

Правообладатель, уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении, представил отзыв по его мотивам.

Согласно доводам отзыва, податель возражения не представил никаких материалов в подтверждение наличия у него какого-либо предприятия для осуществления предпринимательской деятельности. Факт аренды части нежилого помещения площадью 6 квадратных метров по адресу город Чебоксары, проспект Ленина, дом 56 (из 44,6 квадратных метров общей площади нежилого помещения, см. Свидетельство о государственной регистрации права - в списке Приложения к возражению №5) на первом этаже жилого пятиэтажного дома, не соответствует критериям законодательства для отнесения его к категории «предприятий». Указанное арендуемое помещение не представляется возможным рассматривать как имущественный комплекс, состоящий из разных видов имущества, предназначенных для ведения его деятельности. Поскольку указан только один вид имущества, который не способен образовать комплекс. Заявителем не представлено никаких сведений о том, что им ведется деятельность по отражению на активах баланса или в иной предусмотренной законом форме (в т.ч. инвентаризации) обособленных позиций по видам имущества, входящих в имущественный комплекс.

Согласно доводам правообладателя, торговое помещение площадью 6 м<sup>2</sup> нежилого помещения общей площадью 44,6 м<sup>2</sup> на первом этаже жилого пятиэтажного дома не соответствует положениям ГОСТ Р 51303—2023 «Торговля. Термины и определения», согласно которым «магазин» - это стационарный торговый объект, предназначенный для продажи товаров и оказания услуг покупателям, в составе которого имеются торговый зал или торговые залы, подсобные, административно-бытовые помещения и складские помещения. Между тем, на площади в 6 м<sup>2</sup> невозможно разместить все полагающиеся помещения. Кроме того, указанная площадь в 6 м<sup>2</sup> не является юридически обособленной в рамках нежилого помещения общей площадью 44,6 м<sup>2</sup>. Таким образом, осуществляемая заявителем деятельность не соотносится с деятельностью национального стандарта в отношении магазинов.

Правообладатель сообщает о следующих замечаниях в отношении представленных обратившимся лицом документов: договоры аренды помещения не содержат указаний относительно функционирования предприятия, предмет

договоров не указывает на то, какая деятельность осуществляется арендатором; в договоре на охрану помещения, а также в актах выполненных работ указано другое обозначение - «Эро Лав», не соответствующее вывеске помещения; статистика «Google» соотносится с обозначением «Эро Лав», не соответствует обозначению, указанному в статистике «Яндекса» - «erolove», а также вывеске помещения; по материалам судебного дела №А79-2791/2023 в Арбитражном суде Чувашской Республики, подателем возражения используются разные варианты обозначения - "Эролав", "ЭРОLOVE", "erolove"; относительно представленных отзывов покупателей и материалов запрещенной в России социальной сети, размещение названной информации может быть инициировано любым лицом, в том числе и лицом, заинтересованным в результатах рассмотрения спора. В связи с этим при наличии возражений такие сведения признаются достоверными только в совокупности с иными доказательствами, подтверждающими указанный факт (постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 13.03.2017 по делу № СИП-188/2015).

Кроме того, правообладатель приводит доводы о низкой степени сходства, а, следовательно, с учетом особенностей потребителя, пользующегося услугами магазина обратившегося лица, вероятность смешения сопоставляемых обозначений отсутствует.

Кроме того, правообладатель сообщает, что осуществляет деятельность под товарным знаком №908923 «etolove» на всей территории России, в том числе на маркетплейсах «Wildberries» и «Ozon».

Правообладатель полагает, что нарушения положений пункта 8 статьи 1483 Кодекса при регистрации товарного знака допущено не было, на основании чего просит отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №908923.

В Арбитражном суде Чувашской Республики по судебному делу №А79-2791/2023 между подателем возражения (ответчик) и ИП Сунгатуллиным Маратом Мунировичем (истец) по поводу использования подателем возражения разных вариантов обозначения - "Эролав", "ЭРОLOVE", "erolove" принято решение - иск

удовлетворить. Обязать индивидуального предпринимателя Антонову Ирину Андреевну прекратить использование обозначение "Эролав", "ЭРОLOVE", "erolove", в том числе в доменных именах, сходных до степени смешения с товарным знаком "Эролайф сеть интиммагазинов" по свидетельству на товарный знак (знак обслуживания) №758818. Правообладатель полагает, что из судебного запрета использовать обозначение "Эролав", "ЭРОLOVE", "erolove" вытекает отсутствие у подателя возражения каких-либо прав на эти обозначения.

Суд апелляционной инстанции (стр.10 абз.2 постановления), повторно оценив собранную по делу доказательственную базу в порядке приведенной процессуальной нормы (в совокупности и взаимной связи), пришел к выводу, что представленные ИП Антоновой И.А. в дело договоры подтверждают лишь факт использования ответчиком в своей предпринимательской деятельности обозначения «erolove», которое сходно со спорным товарным знаком истца, но не подтверждают факт возникновения у ИП Антоновой И.А. исключительного права на коммерческое обозначение как на дату приоритета, так и на дату регистрации спорного товарного знака, поскольку представленные ответчиком в дело доказательства никоим образом не подтверждают известность соответствующего обозначения, используемого для индивидуализации предприятия ответчика, в пределах определенной территории.

Правообладатель обращает внимание на то, что Антонова Ирина Андреевна не является заинтересованным лицом в отношении товаров и услуг 10, 35 классов МКТУ - так как у нее отсутствует необходимый для этого правовой интерес (нет своего нарушенного права). Соответственно, аннулирование товарного знака по свидетельству №908923 в отношении товаров 10 класса и услуг 35 класса МКТУ не ведет к тому, что посредством этого Антонова Ирина Андреевна восстановит какие-либо свои нарушенные права. Кроме того, в дополнениях отмечено, что не представлено доказательств производства либо продажи товаров 03, 25, 28 и оказания услуг 40 класса в своем магазине, продажи товаров интимного назначения.

Соответственно, отсутствуют доказательства заинтересованности для оспаривания представления правовой охраны товарному знаку в отношении указанных товаров и услуг.

В качестве приложений к отзыву и дополнениям правообладателя были приложены следующие документы:

26. Решение Арбитражного суда Чувашской Республики от 23.10.2024 по судебному делу №А79-2791/2023;

27. Постановление первого арбитражного апелляционного суда от 09.06.2025 по делу №А79-2791/2023.


Лицо, подавшее возражение, несколько раз дополняло свою позицию пояснениями и материалами, доводы которых сводятся к следующему.

В частности обратившееся лицо представило фотогалерею имущества (оборудования, инвентаря, товара) в подтверждение принадлежности предприятия, а также отмечает, что в соответствии с дополнительным соглашением 2017 года площадь арендуемого помещения составляет 44,6 кв.м., то есть автономное помещение целиком.

В подтверждение фактически осуществляемой деятельности и ее непрерывности представлены налоговые декларации с 2015 по 2023 годы. В подтверждение узнаваемости магазина обратившееся лицо сообщает об уличной рекламной акции 2019-2020 годов, рекламе в городском справочнике и на радио, о приоритетном размещении в «Яндекс» через карты и навигатор.

Лицо, подавшее возражение, просит учесть специфику деятельности магазинов для взрослых, большинство покупателей которых предпочитают не ставить лайки, не оставлять отзывы, не получать дисконтные карты, а получать информацию, не подписываясь на группы в социальных сетях, для сохранения анонимности.

На странице 2 решения суда указано: суд установил, что ответчик использует коммерческое обозначение "erolove" при продаже товаров интимного назначения в магазине "erolove" по адресу: г.Чебоксары, пр.Ленина, д.56, пом. 2,

В решении Суда по интеллектуальным правам от 28 февраля 2025 года по делу СИП-1161/2024 суд указал, что обозначение «  » по заявке № 2023700767 и противопоставленный товарный знак по свидетельству №908923 ассоциируются друг с другом в целом, несмотря на их отдельные отличия, в связи с чем являются сходными. С учетом изложенных выводов суда доводы правообладателя о несхождении коммерческого обозначения и оспариваемого товарного знака опровержены выводами суда.

Заявитель просит учесть практику Суда по интеллектуальным правам по делу №СИП-759/2024, где лицо, без наличия вывески защитило право на коммерческое обозначение.

В подтверждение факта продажи товаров 03, 10, 25, 28 классов МКТУ заявителем предоставлены выписки по эквайрингу, выписки заказов потребителями товаров посредством сайта, кассовые чеки, данные платформы «веб архива» по годам с момента появления сайта с демонстрацией товаров, которые предлагались к продаже, фотографии магазина с товаром, накладные, подтверждающие закупку товаров у оптовых продавцов и производителей.

С дополнениями лица, подавшего возражение, от 07.11.2024, 07.02.2025, 20.03.2025, 16.05.2025, 24.06.2025, а также на заседаниях от 14.05.2024, от 26.06.2024, 12.12.2024 представлены следующие материалы:

28. Статистика посещаемости сайта «erolove» в «Яндекс Бизнес»;
29. Переписка по электронной почте относительно рекламы магазина «ЕРОЛАВ» на «love radio» (от 02.07.2015);
30. Архивные страницы сайта «erolove» апрель 2018;
31. Распечатки расположения здания, вывески, внутреннего интерьера через «2gis» за разные даты запросов;
32. Анкеты для получения карты постоянного клиента за 2015-2022 гг.;
33. «Яндекс Статистика» по 06.2024;
34. Техплан арендуемого помещения;
35. Дополнительное соглашение к договору аренды;

36. Товарные накладные о приобретении заявителем товаров интимного назначения для последующей реализации потребителям;
37. Таблица выданных дисконтных карт из 1С;
38. Таблица выданных дисконтных карт;
39. Акты за изготовление дисконтных карт;
40. Налоговые декларации с 2015 года по 2023 год
41. Кассовые чеки;
42. Заказы на сайте с 05.2018 по 05.2024;
43. Рекламная подписка от «Яндекс Бизнеса»;
44. Скрин-копии популярного в Чебоксарах справочника «cheb.ru»;
45. «Google статистика» за 2023, 2024;
46. Уличная рекламная акция 2019-2020;
47. Данные платформы «веб-архив» об использовании сайта «erolove.su»;
48. Скан-копии сайта городского справочника города Чебоксар с отзывами покупателей о магазине «erolove»;
49. Акты выполненных работ от «Яндекс приоритетное размещение»;
50. Рекламная подписка приоритетное размещение в «Яндекс картах»;
51. Отзывы покупателей до даты приоритета в «Яндекс картах»;
52. Скриншот с информацией о приоритетном размещении «Яндекс Бизнес»;
53. Количество подписчиков «Вконтакте» в 2020 году;
54. Скриншот поиска в «Яндексе» магазинов для взрослых в Чебоксарах;
55. Письмо от ООО "2ГИС-Улан-Уде";
56. Письмо от Лаборатории «Биоритм» с приложением диплома 2016 года;
57. Решение Суда по интеллектуальным правам от 28 февраля 2025 года по делу СИП-1161/2024;
58. Договор подряда на монтажные работы по установке вывески “ЭРОLOVE” от 20 июля 2015 года;
59. Договор подряда на монтажные работы по установке вывески “erolove” от 5 сентября 2018 года;



60. Данные из платформы «<http://web.archive.org>» за каждый год работы сайта;
61. Фотографии вывески с разных ракурсов;
62. Апелляционная жалоба;
63. Постановление суда по делу №А42-6193/2023;
64. Постановление СИП по делу №СИП-759/2024;
65. Кассационная жалоба на Решение и Постановление по судебному делу № А79-2791/2023.

Изучив материалы дела, заслушав представителей сторон спора, коллегия установила следующее.

С учетом даты (08.04.2022) приоритета оспариваемого товарного знака правовая база для оценки его охраноспособности 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 Министерства экономического развития Российской Федерации от 20 июля 2015 г. № 482 (далее - Правила).

В соответствии с требованиями пункта 8 статьи 1483 Кодекса в отношении однородных товаров не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием или коммерческим обозначением (отдельными элементами таких наименования или обозначения) либо с наименованием селекционного достижения, зарегистрированного в Государственном реестре охраняемых селекционных достижений, права на которые в Российской Федерации возникли у иных лиц ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

Согласно пункту 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Согласно пункту 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в пункте 42 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с пунктом 43 Правил изобразительные и объемные обозначения сравниваются с изобразительными, объемными и комбинированными обозначениями, в композиции которых входят изобразительные или объемные элементы.

Сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков:

- 1) внешняя форма;
- 2) наличие или отсутствие симметрии;
- 3) смысловое значение;
- 4) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное);
- 5) сочетание цветов и тонов.

Признаки, указанные в пункте 43 Правил, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

Согласно пункту 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.


При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки.

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).




Оспариваемый товарный знак «**etolove**» по свидетельству №908923 с приоритетом от 08.04.2022 является комбинированным, состоит из словесного элемента «Etolove», выполненных буквами латинского алфавита, а также из изобразительного элемента. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 03, 05, 10, 18, 25, 28 и услуг 35, 40 классов МКТУ.

Лицо, подавшее возражение, полагает, что ему принадлежит более раннее право на сходное до степени смешения с оспариваемым товарным знаком

коммерческое обозначение "". Принимая во внимание наличие спора, касающегося средств индивидуализации лица, подавшего возражение, следует признать заинтересованность Антоновой И.А. в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №908923.

Что касается доводов правообладателя об отсутствии заинтересованности для оспаривания предоставления правовой охраны в отношении товаров 10 и услуг 35 класса МКТУ, то в данном случае, коллегия полагает, что заявляемое наличие прав на коммерческое обозначения магазина по продаже товаров интимного назначения означает наличие заинтересованности в оспаривании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №908923 в отношении всех товаров и услуг. Вместе с тем исследование доказанности возникновения права и объемов возникшего права относится к сущностным вопросам и будет исследовано ниже в настоящем заключении.

Заявляемое коммерческое обозначение «» и



оспариваемый товарный знак «**etolove**» являются сходными, так как включают фонетически сходные словесные элементы, выполненные буквами одинакового алфавита, при невозможности применения семантического критерия, так как сравниваемые слова отсутствуют в словарных источниках. Факт сходства сопоставляемых словесных элементов установлен в рамках решения суда по интеллектуальным правам от 28.02.2025 по делу №СИП-1161/2024 (страница 24, абзац второй).

Исключительное право использования коммерческого обозначения на основании пункта 1 статьи 1539 Кодекса принадлежит правообладателю, если такое обозначение обладает достаточными различительными признаками и его употребление правообладателем для индивидуализации своего предприятия является известным в пределах определенной территории. Бремя доказывания использования коммерческого обозначения лежит на правообладателе (см.

Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации № 10 от 23.04.2020 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»). По смыслу пункта 2 статьи 1540 Кодекса исключительное право на коммерческое обозначение прекращается автоматически, если правообладатель не использует это обозначение непрерывно в течение года.

Согласно пункту 1 статьи 132 Кодекса предприятием как объектом прав признается имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности. Предприятие в целом как имущественный комплекс признается недвижимостью.

В силу пункта 2 той же статьи в состав предприятия как имущественного комплекса входят все виды имущества, предназначенные для его деятельности, включая земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, сырье, продукцию, права требования, долги, а также права на обозначения, индивидуализирующие предприятие, его продукцию, работы и услуги (коммерческое обозначение, товарные знаки, знаки обслуживания), и другие исключительные права, если иное не предусмотрено законом или договором.

Анализ материалов, приложенных к возражению, показал следующее.

Что касается установления прав на имущественный комплекс, то содержащиеся в деле договоры аренды от 01.07.2015 и субаренды от 01.09.2017 со сроком до 31.08.2018, пояснения свидетелей Лариной А.В. и Мартыанова О.Б. свидетельствуют о наличии у Клачковой И.А. (до замужества) / Антоновой И.А. (после замужества, а именно с 11/08/2017)) на праве аренды (субаренды) помещения по адресу: город Чебоксары, проспект Ленина, д. 56, площадью 6 кв.м.

С последующими документами лицо, подавшее возражение, представило план арендуемого помещения, из которого следует, что его общая площадь 44,6 кв.м., а также дополнительное соглашение от 20.05.2024 о внесении изменений в договор №ОБ-1-17 «с 1 сентября 2017 года пункт 1.1. Договора читать в следующей редакции «По настоящему договору Арендодатель обязуется предоставить Арендатору за плату в субаренду нежилое помещение, находящееся по адресу: город Чебоксары, пр. Ленина, д.56, пом.2, общей площадью 44, 6 кв.м.». В пункте 2

дополнительного соглашения отмечено, что условия соглашения применяются к отношениям, возникшим до его заключения, а именно с 1 сентября 2017 года (п.2 ст. 425 Кодекса). В подтверждение актуальности данных, изложенных в дополнительном соглашении от 20.05.2024, субарендодатель от своего имени составил показания о том, что с 01.09.2017 в аренду под размещение интим-магазина «eroIove» сдавалось помещение площадью 44, 6 кв.м.

Клачкова Ирина Андреевна (Антонова И.А. (после замужества, а именно с 11/08/2017)) согласно выписке ЕГРИП 19.09.2012 зарегистрирована в качестве индивидуального предпринимателя (ОГРНИП 312213026300068), то есть на даты заключения договоров аренды обладала статусом индивидуального предпринимателя.

Представленные платежные поручения за период с 08.09.2015 по 31.07.2023 демонстрируют перечисление денежных средств в адреса арендодателей Лариной А.В. и Мартыанова О.Б. по счетам за эти же периоды, в которых указано назначение платежей «Аренда помещения под sex-shop eroIove».

Таким образом, перечисленные выше документы образуют совокупность обстоятельств, достаточных для признания за лицом, подавшим возражение, прав на помещение площадью 44. 6 кв.м. в городе Чебоксары, по пр-ту Ленина, 56 с 01.07.2015 года.

Представлен также договор с ООО Частная охранный организация «Агентство безопасности «СНЕГ» от 09.06.2015, акты за период 31.02.2016 по 31.10.2023, платежные поручения за период с 16.03.2016 по 01.06.2023 подтверждают исполнение договора об оказании услуг по охране объекта – интим магазина «Эро Лав», расположенного по адресу: г. Чебоксары, пр. Ленина, д.56. Кроме того, представлен договор об оказании услуг связи от 25.04.2016 в помещении по адресу пр-т Леина, д. 56 по доступу к интернету. К договору приложены акты за период 2016-2023 гг., подтверждающие оплату услуг доступа к интернету в указанный период.

Что касается прав на имущественный комплекс, который включал бы в себя помимо помещения еще и кассовое оборудование, мебель, инвентарь, складское

помещение и так далее, то доказательств наличия прав на такие объекты в материалы дела не представлено. В отношении представленных скриншотов гугл-карт с фотографиями магазина внутри за период с августа 2018 по июнь 2023, то такие фотографии не могут служить подтверждением наличия прав на мебель, витрины и так далее.

Коммерческое обозначение как самостоятельное средство индивидуализации предприятий предполагает, что такая индивидуализация достигается за счет вывески, расположенной на предприятии.

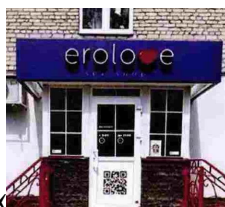
В данном случае лицо, подавшее возражение, признает, что в течении срока функционирования магазина вывеска менялась в 2018 году, однако представляет материалы о размещении как первого варианта вывески, так и второго варианта.

В подтверждение размещения вывесок лицом, подавшим возражение, представлены следующие материалы.

Информационный справочник города Чебоксары «foto.cheb.ru» содержит



страницу с вывеской «EROLOVE», расположенной по адресу проспект Ленина, 56, с указанием даты съемки 24.07.2015, а на том же сайте на дату 15.11.2019

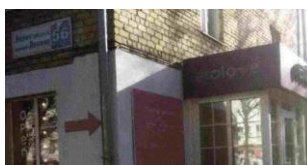


«EROLOVE», на дату 24.06.2023 – «EROLOVE».



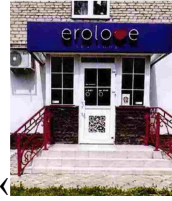
В сервисе «Google карты» размещение вывески «EROLOVE»

продемонстрировано на сентябрь 2019, вывеска «EROLOVE» на июнь 2023, в сервисе



«2gis» присутствует обозначение «EROLOVE» на 21 апреля 2019, а также

на последующие даты, на сервисе «yandex.ru» размещены вывески



« за 09.01.2023, « на 24.06.2023.

Так, согласно постановлению президиума Суда по интеллектуальным правам от 14.09.2017 №СП-23/24 при оценке доказательств, содержащих информацию, размещенную в сети "Интернет", следует руководствоваться сведениями, полученными из электронных источников профессиональных, научных знаний (справочники, энциклопедии и прочее). Информация с сайтов свободного наполнения, таких как фотографии, добавляемые отдельными пользователями в карты сервисов «Yandex», «Google», «2Gis» воспринимаются критически и не считаются подтверждающими фактическое размещение именно такой вывески на дату, указанную в названных Интернет-ресурсах, поскольку такая информация может быть внесена и отредактирована каждым желающим, в силу чего не воспринимается в качестве объективной.

Кроме того, согласно пункту 2 статьи 1538 Кодекса "коммерческое обозначение может использоваться правообладателем для индивидуализации одного или нескольких предприятий. Для индивидуализации одного предприятия не могут одновременно использоваться два и более коммерческих обозначения".

Вместе с тем из материалов свободного наполнения усматривается использование не одного, а двух обозначений, претендующих на статус коммерческого обозначения, что противоречит требованиям пункта 2 статьи 1538 Кодекса.

Представленное проектное предложение с вывеской



« от 2018 года от ООО «Развитие» не содержит подтверждения его фактического исполнения, изготовления вывески по данному предложению. Документ с названием «дизайн-проект информационных конструкций», подписанный начальником отдела архитектуры, городской эстетики



и дизайна, а также директор МБУ «Городская реклама» - не датирован, поэтому не может быть сопоставлен с исследуемым периодом.

Представленный договор подряда на монтажные работы от 20.07.2015 содержит упоминание об установке вывески «ЭРОLOVE», то есть первого варианта обозначения.

Представленный договор подряда на монтажные работы №12 от 05.09.2018 содержит упоминание о монтаже вывески «evolve» и демонтаже старой вывески «ЭРОLOVE», однако акт приема-передачи фотографий выполненного монтажа не содержит.

Скриншоты переписки пользователей «Париж», «Виктория» и «Dmitriy» в социальной сети «ВКонтакте» в отношении как наружной вывески, так и дизайна сайта не могут быть соотнесены с лицом, подавшим возражение. Из представленных скриншотов электронной почты об отправке писем пользователем с адресом «sales@brandog.ru», «design@brandog.ru» отсутствует указание на почту получателя писем, поэтому также не представляется возможным считать указанный материал относимым доказательством. Приложенные счета, представленные в качестве подтверждения оплаты услуг печати визиток и дисконтных карт, не содержат назначения платежа, а договоры с данными исполнителями не представлены, также не представлены акты выполненных работ.

Следует отметить, что в материалы дела не представлено разрешений на установку вывески, акт согласования места размещения, договор заказа производства вывески определенного дизайна и других документов, подтверждающих размещение вывески по адресу арендованного помещения.

На основании изложенного коллегия приходит к выводу о том, что, несмотря на установление обстоятельств о принадлежности лицу, подавшему возражение, прав на помещение, должных документов о размещении на нем вывески определенного дизайна ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака в материалах дела не содержится. Что касается представленного договора монтажа, то в отсутствии схем места расположения вывески, невозможно сделать вывод, на каком именно тамбуре помещения она была закреплена, расположено ли это место

внутри помещения или снаружи, площадь такой вывески и ее обозримость потребителями.

Несмотря на изложенную коллегией оценку представленных документов как недостаточных для признания факта размещения наружной вывески до даты приоритета оспариваемого товарного знака, коллегия проанализировала и иные обстоятельства, подлежащие учету при установлении прав на коммерческое обозначение.

К доказательствам возникновения права на коммерческое обозначение относятся сведения о праве на имущественный комплекс, который функционировал под соответствующей вывеской, при этом был известен на определённой территории.

Что касается документов о фактической деятельности в помещении, принадлежащем на праве аренды лицу, подавшему возражению, то установлено следующее.

Товарные накладные о закупке товаров интим-назначения за 2016- 2024 год подтверждают приобретение товаров на имя лица, подавшего возражения с отгрузкой по адресу, не совпадающему с адресом расположения арендуемого помещения, поэтому не могут служить подтверждением закупки товаров для нужд магазина.

Лицом, подавшим возражение, представлена выписка по счету Антоновой И.А. за период с августа 2015 по декабрь 2022, где присутствуют транзакции с назначением платежа «по договору эквайринга ЭПОLOVE» за весь этот период, из чего можно сделать вывод о фактическом осуществлении торговли. Представленные налоговые декларации за исследуемый период отражают прибыль и налоги лица, подавшего возражение, то есть свидетельствуют о ведении Антоновой И. А. коммерческой деятельности.

Кроме того, представлены кассовые чеки за 2021-2022 года, а также за 2023 - 2024 годы подтверждают реализацию ИП Антоновой И. А. продукции интимного назначения, что свидетельствует о фактическом ведении торговой деятельности магазином по адресу: город Чебоксары, пр-т Ленина, 56.

Следующим обстоятельством, подлежащим установлению, является исследование известности заявляемого коммерческого обозначения на определенной территории.

В подтверждение известности представлены рекламные кампании лица, подавшего возражение: с ООО «2ГИС-Улан-Удэ» представлен заказ от 19.08.2019 на рекламирование предприятия «ЭРОЛАВ», магазин эротических товаров в справочнике путем размещения баннера в рубрике «эротические товары». Представленные платежные поручения и счет-фактуры, свидетельствуют об исполнении договора в период с 19.08.2019 по 29.02.2020.

Доводы о рекламе на радио являются декларативными, так как представлена только переписка по электронной почте, без договора и без акта о выполнении работ.

Представленные сведения о приоритетном размещении через «Яндекс.Бизнес» в 2024 году не отражают что именно подлежит приоритетному размещению, какой именно сайт или имущественный комплекс. Указанной информации в платежных поручениях не содержится. Также в отношении актов об оказанных услугах «Приоритетное размещение в Яндекс. Справочнике. Рекламная кампания №1330236» за 2020 и последующие годы – отсутствует указание на объект рекламы. Вместе с тем лицом, подавшим возражение, представлены распечатки на текущие даты страниц «Яндекс карт», где указано на приоритетное размещение информации о секс-шопе «Erolove», а также присутствуют отзывы потребителей, начиная с 2020 года, а также рейтинговая оценка магазина. Представлены отзывы страницы магазина «erolove sex-shop» в социальной сети «Вконтакте», а также отзывы на странице «Yandex карты», отзывы посетителей на сайте «cheboksary.nashaspravka.ru». Представлены также скриншоты страницы магазина «erolove sex-shop» в социальной сети «Вконтакте» за период с 2015 по 2025 год, а также показаны скриншоты рассылки смс –оповещения клиентам магазина о новых коллекциях. Представленные скриншоты сайта «forum.na-svyazi.ru» от 18.11.2016 показано размещение информации, в том числе о новом интим-магазине «Эроlove» по адресу: г. Чебоксары, пр-т Ленина, 56.

Что касается представленного ответа на запрос о предоставлении информации ООО «2ГИС –Улан-Удэ», то в нем указано на то, что в информационном сервисе «2ГИС» с 16.07.2015 по настоящее время размещена информация о магазине эротических товаров «Erolove», расположенного по адресу : Чувашская республика, город Чебоксары, пр-т Ленина, д.56.

Перечисленные материалы, по мнению коллегии, не свидетельствуют о высокой узнаваемости коммерческого обозначения интим-магазина «Erolove».

Другие представленные материалы не могут быть учтены в качестве доказательств известности заявляемого коммерческого обозначения по следующим причинам. По договору от 29.03.2017 с ИП Корсунским Б.Э., последний обязался оказать услуги по продвижению в социальных сетях «ВКонтакте», «Инстаграм» и «Фейсбук», а платежные поручения за период с марта по август 2017 демонстрируют оплату оговоренных услуг. Тем не менее, документами не продемонстрировано какие именно профили и каким образом продвигались в рамках указанного договора.

Договором от 11.03.2019 оказана спонсорская помощь для организации мероприятия «Квиз, плиз!» 18+, в рамках чего предоставлены товары магазина на условиях объявления о спонсоре мероприятия, однако не ясно каким образом происходила отсылка к названию магазина. Договором от 12.12.2017 между Антоновой И. В. и ООО «Геометрия стиля», последний обязуется оказать услуги по размещению 52 постов на странице «geometria.cheb» в социальной сети «ВКонтакте», 104 поста в 3-х аккаунтах «Инстаграм». К указанному договору приложены распечатки соответствующих страниц за 09.02.2018 без указания адреса магазина.

Приложенные сертификата магазина, подтверждающие, что данный магазин является дилером продукции того или иного производителя – не датированы, поэтому являются не относимыми доказательствами.

Представленные анкеты для получения карты постоянного клиента за 2015-2018 не содержали спорного обозначения, слово «Эrolove» подписано рукописно, в

анкетах 2018 года присутствует напечатанное слово «Эролав», а на анкетах 2019 года дополнительно включено обозначение «erolove».


Выкопировки из программы 1С о выданных дисконтных картах, а также фотографии журнала учета выданных карт – являются не относимыми доказательствами, так как в них не содержится спорное обозначение.

Акты об изготовлении пластиковых карт «Эролав» 2018-2020 годов, счета от дизайн-студии типографии «Крона» на дисконтные карты, визитки 2017 года, не содержат изображений этих карт и договоров, в рамках которых заказано производство.

Представленные технические задания на изготовление пластиковых карт у рекламно-производственной компании «Альбион» датированы 05.07.2023 года, то есть позднее даты приоритета оспариваемого товарного знака, поэтому выходят за пределы рассматриваемого периода.

На основании изложенного коллегия приходит к выводу о том, что в отсутствии подтверждающих документов о точной дате размещения вывески на фасаде интим-магазина, расположенного по адресу город Чебоксары, пр-т Ленина, 56, а также высокой степени узнаваемости такого обозначения потребителями, коллегией не может быть сделан вывод о возникновении права на коммерческое


обозначение «».

Коллегия обращает внимание на то, что часть представленных документов относится к работе сайта «erolove.su», на котором, согласно доводам лица, подавшего возражение, также производилась реклама магазина и демонстрировался каталог товаров, было размещено обозначение «». Также в своих пояснениях лицо, подавшее возражение, сообщает о судебной практике, в которой права на коммерческое обозначение признается за средством индивидуализации Интернет-торговли.

В ответ на данные доводы коллегия установила следующее. Проанализировав решение Суда по интеллектуальным правам от 16.01.2025 по делу №СИП-759/2024, в котором установлено наличие полного производственного цикла изделий и их

последующую реализацию на странице магазина в маркетплейсах, что послужило основанием для вывода об установлении прав на коммерческое обозначение, то в рассматриваемом споре подобные обстоятельства установлены не были. Приведенный пример судебной практики в этой связи оценивается как неприменимый к доказательствам, оцениваемым в рамках возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №908923.


Более того, сайт «erolove.su» принадлежит Антонову Денису Ивановичу согласно свидетельству о регистрации доменного имени, в то время как данное лицо не является лицом, подавшим возражение. В соответствии со свидетельством о браке Антонов Д.И. является супругом лица, подавшего возражение, однако данный факт сам по себе не отражает договоренности супругов между собой относительно принадлежности прав на спорное обозначение.

Представленные архивные копии сайта с 16.05.2017 по настоящее время содержат обозначение «», данные скриншоты свидетельствуют о функционировании на сайте раздела интернет-магазина по продаже товаров интимного назначения, однако производственный цикл этих товаров к деятельности интернет-магазина не относится. Сайт «erolove.su» является исключительно информационно-торговой площадкой по реализации товаров третьих лиц.

Распечатки электронной почты с перечнем интернет-заказов, поступающих с сайта «erolove.su» за период 2019-2025 год, относятся к использованию сайта, но не магазина, находящегося по адресу: город Чебоксары, пр-т Ленина, д.56.

Статистика посещаемости сайта, размещенная на распечатках сервиса «Google Мой бизнес» за период 2015-2021 год, а также «ЯндексМетрика» отражает количество посещений сайта. Кроме того аналитические сведения по работе сайта представлены по профилю магазина «Erolove», Приволжского федерального округа, города Чебоксары, проспект Ленина, 56.

Учитывая факт принадлежности сайта другому лицу, а не лицу, подавшему возражение, представленные сведения об использовании на нем обозначения

«» не могут быть учтены в качестве доказательств для установления прав на коммерческое обозначение за Антоновой И.А.

Что касается вопросов установления права на коммерческое обозначение за лицом, подавшим возражение, в рамках дела №А79-2791/2023, где такое право не признано возникшим, то коллегия отмечает, что коллегии не известен объем документов, который подлежал анализу судебными инстанциями, а также коллегией принято во внимание подача кассационной жалобы на принятые судебные акты. Учитывая изложенное, коллегий проведен самостоятельный анализ всех представленных в административное дело документов и сделаны выводы на основании присутствующих в деле сведений.

Принимая во внимание все вышеизложенное, коллегия приходит к выводу о том, что материалами возражения не установлено всей совокупности признаков необходимых и достаточных для признания возникшим у лица, подавшего возражение, права на коммерческое обозначение.

В отсутствии совокупности обстоятельств, свидетельствующих о возникновении права на коммерческое обозначение довод о несоответствии произведенной регистрации №908923 требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса является необоснованным.

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

**отказать в удовлетворении возражения, поступившего 11.03.2024, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №908923.**