

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 поступившее 07.06.2025 возражение индивидуального предпринимателя Чернышевой Ксении Дмитриевны (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1062301, при этом установила следующее.

Оспариваемый товарный знак «PILIMPA» с приоритетом от 27.02.2024 зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 08.11.2024 за № 1062301 на имя Паниди Евгения Александровича, 196210, Санкт-Петербург, ул. Пилотов, 18 корп. 4, кв. 48 (RU) (далее – правообладатель) в отношении товаров 03, 05 и услуг 35, 39, 41 и 44 классов МКТУ, указанных в свидетельстве.

В поступившем в Федеральную службу по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент) возражении изложено мнение о том, что оспариваемая регистрация товарного знака произведена в нарушение требований, установленных пунктами 3, 8 и 10 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- ИП Чернышевой К.Д., подавшей возражение, принадлежит салон красоты – то есть предприятие, имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности (статья 132 ГК РФ). Согласно статье 1538 ГК РФ для индивидуализации принадлежащего ему предприятия правообладатель может использовать коммерческое обозначение. В настоящем случае ИП Чернышева К.Д. использовала и продолжает использовать коммерческое обозначение «PILIMPA» для индивидуализации деятельности принадлежащего ей предприятия – салона красоты;

- в возражении представлены доводы и доказательства, подтверждающие, что исключительное право на коммерческое обозначение «PILIMPA» возникло у лица, подавшего возражение, задолго до даты приоритета оспариваемого товарного знака, что действие этого исключительного права продолжается и не прекращалось (статья 1540 ГК РФ), что коммерческое обозначение обладает достаточной различительной способностью и известностью в пределах определенной территории;

- также в действиях Паниди Е.А. (правообладателя оспариваемого товарного знака), связанных с приобретением (регистрацией) исключительного права на товарный знак и последующей реализации вытекающих из регистрации товарного знака правомочий, усматриваются признаки злоупотребления правом по смыслу статей 1, 10 ГК РФ;

- в августе 2019 года лицо, подавшее возражение, арендовало помещение по адресу: Санкт-Петербург, Апраксин пер., д. 11, лит. А, пом. 9-Н в целях размещения и оказания услуг парикмахерской и салона красоты (пункт 1.2 Договора аренды нежилого помещения № 1508 от 15.08.2019 – приложение 4). В дальнейшем договор ежегодно продлевался. С 2019 года и по настоящее время по указанному адресу располагается и действует салон красоты «PILIMPA», принадлежащий лицу, подавшему возражение. В подтверждение исполнения по договору прилагаются выборочные платежные поручения за различные даты с 2020 по 2025 годы, подтверждающие внесение арендной платы и оплату коммунальных услуг за пользование помещением (приложение 5). Также в августе 2019 года была заказана в студии «RE ROOM» разработка дизайн-проекта арендуемого помещения для

размещения салона красоты, что подтверждается актом сдачи-приемки от 31.08.2019 к договору № 01/08/2019 с ИП Дружко О.Д, планом расстановки мебели и оборудования и распиской от 31.08.2019 (приложение 6);

- коммерческую деятельность в салоне салон красоты «PILIMPA» Чернышева К.Д. начала, по меньшей мере, с января 2020 года. С этого момента у ИП Чернышевой К.Д. возникло исключительное право на коммерческое обозначение «PILIMPA»;

- начав деятельность в 2020 году, лицо, подавшее возражение, не прекращало оказание услуг в салоне красоты «PILIMPA» и продолжает эту деятельность до настоящего времени – то есть уже в течение 5 лет по одному и тому же адресу в Санкт-Петербурге, что подтверждается, в частности, выборочными товарными чеками за период 2021–2025 годы (приложение 7), выгрузками отчетов по финансовым операциям из учетной системы за 2020 – 2025 годы (приложения 8);

- обозначение (слово) «PILIMPA» - фантазийное, оно не имеет никакого смыслового значения, перевода с какого-либо языка. Это просто уникальный продукт творческого труда ИП Чернышевой К.Д. Также не известно ни одного факта использования обозначения «PILIMPA» не только в отношении салонов красоты, но и вообще каким-либо образом в коммерческой или любой иной деятельности на территории России. Результаты поисковой выдачи в поисковых системах (например, в Яндекс), по меньшей мере, в 50 первых ссылках ведут либо непосредственно на сайт, социальные сети, агрегаторы, видео и т.п. инструменты продвижения самого салона, либо на статьи и справочную информацию о нем (приложение 10). Все это свидетельствует о том, что «PILIMPA» используется исключительно лицом, подавшим возражение, и в отношении его коммерческого предприятия (салона красоты). Таким образом, оно выполняет функцию индивидуализации, обладает необходимыми признаками и фактически является коммерческим обозначением, исключительное право на которое принадлежит ИП Чернышевой К.Д.;

- салон «PILIMPA» уже в течение 5 лет непрерывно ведет деятельность по неизменному адресу в Санкт-Петербурге. За это время он, безусловно, приобрел

определенную узнаваемость, обзавелся кругом постоянных клиентов. Всего за это время клиентами салона стали порядка 4000 человек (уникальных посетителей), среди которых, в том числе более 1000 воспользовались услугами парикмахерского зала, более 820 – косметологическими услугами, 416 – услугами маникюра, 216 – услугами массажа и СПА (по состоянию на 17.05.2025). Качество услуг салона «PILIMPA» и его популярность сделали возможным заключение договоров с рядом крупных «якорных» клиентов. В частности, в декабре 2023 года был заключен договор с ООО «ФитМост» - крупнейшей российской онлайн-платформой записи в фитнес-клубы и салоны красоты (приложение 17: договор и некоторые выборочные платежные поручения к нему).

- также лицо, подавшее возражение, активно занималось рекламой и продвижением услуг салона «PILIMPA». Еще в 2020 году в соответствии с разрешением комитета по печати и взаимодействию со СМИ Правительства Санкт-Петербурга от 11.04.2020 № 114246 (приложение 18) была размещена наружная реклама (вывеска) салона красоты «PILIMPA» по указанному адресу – см. фотографии вывески и входной группы салона (приложения 19);

- лицу, подавшему возражение, также принадлежит веб-сайт салона «PILIMPA»: <https://pilimpa.com/>, что подтверждается свидетельством о регистрации доменного имени (приложение 20) и ежемесячными инвойсами сервиса «Tilda», на котором сделан и размещен веб-сайт (приложение 21), имеются аккаунты для продвижения услуг салона «PILIMPA» в основных социальных сетях, классифайдах и рекламных сервисах;

- лицо, подавшее возражение, с 2020 года время от времени заказывает услуги продвижения и рекламы салона, в том числе в сервисах Boombate.com (приложение 29), Biglion (приложение 30), Yell.ru (приложение 31), 2Gis (приложение 32). Для примера прилагаются данные о рекламных показах и просмотрах в сервисах Яндекс.Бизнес (приложение 33) и 2Gis (приложение 34). Все эти факты свидетельствуют об известности и узнаваемости салона «PILIMPA» в Санкт-Петербурге, о накопленной клиентской базе, репутации, высокой оценке клиентами качества услуг;

- также имеются основания утверждать, что все действия г-на Паниди Е.А., связанные с товарным знаком «PILIMPA», в том числе его регистрация, совершены с целью причинения вреда лицу, подавшему возражение. Паниди Е.А. до и на момент подачи заявки достоверно знал о коммерческой деятельности ИП Чернышевой К.Д., в том числе о том, что последняя является владельцем салона красоты «PILIMPA», и осуществил регистрацию товарного знака на свое имя с целью воспрепятствовать этой деятельности. Подтверждением неправомерных намерений и злоупотребления правом Паниди Е.А. являются то обстоятельство, что сам он не ведет коммерческой деятельности, не использует спорное обозначение и в принципе никогда не занимался бизнесом в сфере бьюти-услуг. Однако при этом сразу вскоре после регистрации товарного знака обратился с претензией к ИП Чернышевой К.Д. о нарушении его исключительного права на товарный знак с требованием прекратить использовать обозначение «PILIMPA», сменить наименование салона и выплатить компенсацию (приложение 38). Получив в ответ на эту необоснованную претензию предложение об отчуждении исключительного права на товарный знак на взаимоприемлемых условиях (приложение 39), Паниди Е.А. от указанного предложения категорически отказался. Все эти действия свидетельствуют о злоупотреблении правом со стороны правообладателя оспариваемого товарного знака.

На основании изложенного лицом, подавшим возражение, выражена просьба о признании предоставления правовой охраны оспариваемому товарному знаку недействительным в связи с нарушением исключительного права ИП Чернышевой К.Д. на принадлежащее ей коммерческое обозначение «PILIMPA» в отношении, по меньшей мере, всех услуг 44 класса МКТУ, а также способности ввести потребителей в заблуждение относительно лица, оказывающего эти услуги.

Приложения:

1. Доверенность - 1 л.
2. Документ об уплате пошлины – 1 л.
3. Выписка из ЕГРЮЛ.

4. Договор аренды нежилого помещения № 1508, акт приема-передачи помещения, соглашение об обеспечительном платеже от 23.07.2019 – 12 л.
5. Платежные поручения: арендная плата, коммунальные платежи – 22 л.
6. Акт сдачи-приемки от 31.08.2019 к договору № 01/08/2019 с ИП Дружко О.Д., план расстановки мебели и оборудования, расписка от 31.08.2019 – 3 л.
7. Товарные чеки – 5 л.
8. Выгрузки помесячных отчетов по оборотам из учетной системы – 5 л.
9. Накладные и счета-фактуры на расходные материалы.
10. Скриншоты: поисковая выдача по запросу «PILIMPA» - 3 л.
11. Выгрузка из CRM за 2020 год – 1 л.
12. Выгрузка из CRM за 2021 год – 1 л.
13. Выгрузка из CRM за 2022 год – 1 л.
14. Выгрузка из CRM за 2023 год – 1 л.
15. Выгрузка из CRM за 2024 год – 1 л.
16. Выгрузка из CRM за 2025 год – 1 л.
17. Договор («Базовая стоимость») с ООО «ФитМост» и платежные поручения к нему – 7 л.
18. Разрешение на вывеску – 1 л.
19. Фотографии вывески и салона – 3 л.
20. Свидетельство о регистрации доменного имени – 1 л.
21. Инвойсы Tilda – 4 л.
22. Скриншот: группа ВКонтакте
23. Скриншоты: профиль Instagram
24. Скриншоты: профиль в «Yclients» - 2 л.
25. Скриншоты: профиль Яндекс – 4 л.
26. Скриншоты: профиль 2Gis – 2 л.
27. Скриншоты: учетная запись Avito – 4 л.
28. Скриншоты: профиль TikTok – 4 л.
29. Счет-договор Boombate.com от 30.01.2025 – 3 л.
30. Договор с ООО «Биглион» от 16.01.2024 – 1 л.

31. Договор с ООО «Бизнес Консалт» от 07.10.2020 – 7 л.
32. Бланк заказа с ООО «ДубльГИС» от 31.03.2023 – 3 л.
33. Скриншоты: рекламная статистика Яндекс – 2 л.
34. Скриншоты: рекламная статистика 2Gis – 2 л.
35. Скриншоты: учетная запись ФитМост – 10 л.
36. Решение по делу № 2-1442/2023 – 3 л.
37. Карточка дела 2-524/2025 – 1 л.
38. Претензия Паниди Е.А. – 11 л.
39. Ответ на претензию – 2 л.

В дополнение к возражению 11.06.2025 были представлены документы, которые не удалось загрузить в некоторые приложения при подаче возражения:

Приложение 9 – договор поставки от 26.09.2019, накладные и счета-фактуры.

Приложение 29 - счет-договор Voombate.com от 30.01.2025.

Приложение 35 - Скриншоты: учетная запись ФитМост.

Правообладатель оспариваемого товарного знака, уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении, отзыва на возражение не представил, в рассмотрении возражения не участвовал.

Также было представлено дополнение к возражению от 14.10.2025, в котором, в частности, лицо, подавшее возражение, просит приобщить скриншоты (фотографии) сервиса Яндекс.Карты (приложение 2_2), содержащие панорамы улицы за период 2021 - 2025 гг. (панорама Апраксина переулка за 2020 год в сервисе Яндекс.Карт отсутствует; фотография (панорама) 2019 года сделана до размещения вывески «Pilimra»), в связи с чем, по его мнению, следует считать доказанными доводы заявителя в части использования наружной рекламы (вывески) в течение каждого (любого) года с 2020 по настоящее время.

Лицо, подавшее возражение, повторно приобщает платежные поручения (приложение 2_3) и просит дать им оценку в совокупности с иными материалами. В частности, из прилагаемых платежных поручений усматривается, что, по меньшей мере, в 2020, 2023, 2024 (январь, февраль - т.е. непосредственно накануне даты подачи заявки на оспариваемый товарный знак), а также в 2025 году ИП Чернышева

(Попова) К.Д. вносила арендную плату за нежилое помещение по договору № 1508; оплата производилась в пользу Краснова Сергея Алексеевича (собственника помещения в Апраксином пер., д. 11, арендодателя по договору аренды №1508). Кроме того, в те же периоды производилась оплата коммунальных услуг. За иные периоды (2021, 2022 годы) аналогичные платежные поручения не представлялись для целей процессуальной экономии, т.к. с учетом обстоятельств дела заявителю, главным образом, необходимо доказать период возникновения права на коммерческое обозначение, а также его существование (действительность) на дату подачи заявки на оспариваемый товарный знак и действие вплоть до обращения с возражением. Представленные платежные поручения в совокупности с договором аренды, вывеской, фотографиями входной группы, скриншотами сервиса Яндекс.Карты за 2021-2025 годы и другими материалами однозначно свидетельствуют о том, что ИП Чернышева К.Д. с 2019 года по настоящее время арендовала помещение по адресу Санкт-Петербург, Апраксин пер., д. 11, где располагалось и располагается принадлежащее ей предприятие - салон красоты «Pilimpra».

Также дополнительно приобщается заверенный отчет о доходах и расходах за период с 01.01.2020 по 31.03.2025 (приложение 2_4). Указанный отчет содержит сведения об основных статьях доходов и расходов (в руб.) ИП Чернышевой К.Д. в салоне «Pilimpra» в ежемесячном разрезе. Из отчета однозначно усматривается, что операционная деятельность салона «Pilimpra» не прекращалась ни в один из месяцев указанного периода, а месячный оборот представляется достаточно существенным для микропредприятия подобного рода (салон красоты с единственной точкой продаж). Кроме того, приобщается скриншот (заверенная выгрузка) из системы Yclients по клиентской базе (уникальных посетителей салона) по состоянию на январь 2024 года (непосредственно за месяц, предшествующий дате подачи заявки на оспариваемый товарный знак), отсортированной по сумме продаж, - приложение 2_5. Из этого документа усматривается, что по состоянию на январь 2024 года уникальными клиентами ИП Чернышевой К.Д. в салоне «Pilimpra» стали 3859 человек, многие из которых являются постоянными клиентами и посещали салон по

5 - 30 и более раз (в целях процессуальной экономии представлен список только первых 25 клиентов из всей базы). Лицо, подавшее возражение, также просит приобщить к материалам возражения еще ряд доказательств, приведенных в приложениях.

Принимая во внимание характер деятельности заявителя и критерии определения однородности товаров и услуг, лицом, подавшим возражение, уточняются заявленные требования об отмене регистрации товарного знака № 1062301 в отношении следующих услуг 44 класса МКТУ: аренда приборов для укладки волос; арт-терапия; депиляция восковая; имплантация волос; маникюр; массаж; пирсинг; советы по вопросам здоровья; советы по диете и питанию; татуирование; услуги барбершопов; услуги в области ароматерапии; услуги косметологов; услуги общественных бань для гигиенических целей; услуги по окрашиванию волос; услуги салонов красоты; услуги саун; услуги соляриев; услуги эстетические.

С учетом представленных доказательств лицо, подавшее возражение, оспаривает регистрацию товарного знака «PILIMPA» по свидетельству № 1062301 в части следующих услуг 44 класса МКТУ: аренда приборов для укладки волос; арт-терапия; депиляция восковая; имплантация волос; маникюр; массаж; пирсинг; советы по вопросам здоровья; советы по диете и питанию; татуирование; услуги барбершопов; услуги в области ароматерапии; услуги косметологов; услуги общественных бань для гигиенических целей; услуги по окрашиванию волос; услуги салонов красоты; услуги саун; услуги соляриев; услуги эстетические.

Приложения:

- 2_1. Копия свидетельства о заключении брака.
- 2_2. Скриншоты панорам улиц из сервиса Яндекс.Карты.
- 2_3. Платежные поручения: арендная плата, коммунальные платежи.
- 2_4. Отчет о доходах и расходах за период с 01.01.2020 по 31.03.2025 .
- 2_5. Выгрузка из системы Yclients по клиентской базе по состоянию на январь 2024 года.
- 2_6. Кассовые чеки.

2_7. Товарные чеки - 4 л.

2_8. Договор аренды аппарата №1 от 08.10.2023 и акт приема-передачи.

2_9. Скриншоты рекламных публикаций LPG-массажа в Instagram.

2_10. Договор на оказание услуг на условиях бартера № 0124 от 24.02.2024 .

2_11. Договор аренды №1508 от 15.08.2021.

2_12. Дополнительные соглашения к договору аренды.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, коллегия установила следующее.

С учетом даты (27.02.2024) 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 регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 №482, зарегистрированным в Минюсте РФ 18.08.2015, регистрационный № 38572, с датой начала действия 31 августа 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 при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В соответствии с требованиями пункта 8 статьи 1483 Кодекса не могут быть в отношении однородных товаров 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), права на которые в Российской Федерации возникли у иных лиц ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

В соответствии с пунктом 10 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении однородных товаров обозначения, элементами которых являются охраняемые в соответствии с этим Кодексом средства индивидуализации других лиц, сходные с ними до степени смешения обозначения.

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.

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

Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным), смысловым (семантическим) признакам, изложенным в подпунктах (1), (2), (3) пункта 42 Правил.

В соответствии с пунктом 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю. При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации, круг потребителей и другие признаки.

Согласно пункту 1 статьи 1538 Кодекса юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность (в том числе некоммерческие организации, которым право на осуществление такой деятельности предоставлено в соответствии с законом их учредительными документами), а также индивидуальные

предприниматели могут использовать для индивидуализации принадлежащих им торговых, промышленных и других предприятий коммерческие обозначения, не являющиеся фирменными наименованиями и не подлежащие обязательному включению в учредительные документы и единый государственный реестр юридических лиц.

Согласно пункту 1 статьи 1539 Кодекса правообладателю принадлежит исключительное право использования коммерческого обозначения в качестве средства индивидуализации принадлежащего ему предприятия любым не противоречащим закону способом (исключительное право на коммерческое обозначение), в том числе путем указания коммерческого обозначения на вывесках, бланках, в счетах и на иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, если такое обозначение обладает достаточными различительными признаками и его употребление правообладателем для индивидуализации своего предприятия является известным в пределах определенной территории.

Оспариваемый товарный знак представляет собой словесный товарный знак «PILIMPA», выполненный стандартным шрифтом буквами латинского алфавита черного цвета.

Правовая охрана данному товарному знаку предоставлена в отношении товаров 03, 05, услуг 35, 39, 41, 44 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

Согласно возражению признание предоставления правовой охраны указанному товарному знаку недействительным испрашивается в отношении следующих услуг 44 класса МКТУ «аренда приборов для укладки волос; арт-терапия; депиляция восковая; имплантация волос; маникюр; массаж; пирсинг; советы по вопросам здоровья; советы по диете и питанию; татуирование; услуги барбершопов; услуги в области ароматерапии; услуги косметологов; услуги общественных бань для гигиенических целей; услуги по окрашиванию волос; услуги салонов красоты; услуги саун; услуги соляриев; услуги эстетические» ввиду его несоответствия требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса в связи со сходством до степени смешения с коммерческим обозначением «PILIMPA» лица, подавшего

возражение, права на которые у последнего возникли ранее даты приоритета товарного знака.

Применительно к коммерческому обозначению в круг обстоятельств, подлежащих установлению при разрешении вопроса о несоответствии товарного знака или заявленного на регистрацию в качестве товарного знака обозначения требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса, входят: 1) наличие либо отсутствие у юридического лица исключительного права на коммерческое обозначение; 2) соотношение даты возникновения исключительного права на коммерческое обозначение, охраняемое на территории Российской Федерации, и даты приоритета оспариваемого обозначения; 3) наличие или отсутствие тождества либо сходства до степени смешения коммерческого обозначения (отдельных его элементов) и оспариваемого обозначения; 4) однородность товаров и услуг, в отношении которых зарегистрирован товарный знак, и видов деятельности правообладателя коммерческого обозначения (товаров и услуг, относящихся к сфере такой деятельности); 5) обстоятельства действия исключительного права на коммерческое обозначение на дату приоритета товарного знака (пункт 2 статьи 1540 Кодекса); 6) проверка сохранения действия исключительного права на коммерческое обозначение на дату приоритета товарного знака или дату подачи возражения против предоставления товарному знаку правовой охраны – при наличии соответствующего довода.

Анализ материалов, приложенных к возражению, показал, что они не позволяют полагать, что предприятие (в данном случае салон красоты), владельцем которого является лицо, подавшее возражение, функционировало под обозначением «PILIMPA» и было известно в статусе коммерческого объекта, для индивидуализации которого использовалось коммерческое обозначение «PILIMPA», сходное до степени смешения с оспариваемым товарным знаком до даты приоритета оспариваемого товарного знака.

В качестве доказательства наличия у лица, подавшего возражение, исключительного права на коммерческое обозначение в возражении представлены документы [3-35], в том числе договоры аренды нежилого помещения, платежные

поручения за оплату аренды и коммунальных услуг, кассовые чеки за период 2021–2025 годы, выгрузки отчетов по финансовым операциям из учетной системы за 2020 – 2025 годы, разрешение на установку вывески от 11.04.2020 №114246 сроком на 5 лет, фотографии вывески и входной группы салона и другие материалы.

Вместе с тем, коллегия отмечает, что представленное разрешение на вывеску не содержит обозначения «PILIMPA», отсутствуют приложения, являющиеся неотъемлемой частью разрешения, в том числе эскиз объекта размещения информации, т.е. вывески. Сведений о том, когда вывеска салона была размещена по соответствующему адресу, материалы возражения не содержат. Представленные фотографии вывески не позволяют установить их дату.

Что касается представленных скриншотов (фотографий) сервиса Яндекс.Карты (приложение 2_2), содержащих панорамы улицы за период 2021 - 2025 гг., то по этим фотографиям невозможно получить информацию о дате размещения вывески. Кроме того, коллегия не располагает сведениями о достоверности информации в приложении Яндекс.Карты.

Также следует отметить, что известность обозначения «PILIMPA» в качестве средства индивидуализации предприятия лица, подавшего возражение, не доказана ранее апреля 2022 года, то есть доказательства известности коммерческого обозначения на территории Санкт-Петербурга представлены менее, чем за 2 года до даты приоритета оспариваемого товарного знака, что недостаточно для признания наличия исключительного права на коммерческое обозначение в пределах определенной территории.

Кроме того, бóльшая часть представленных документов имеет более позднюю дату, нежели дата приоритета оспариваемого знака и не содержит обозначения «PILIMPA».

Отсутствие указанных сведений не позволило коллегии прийти к выводу о доказанности наличия у лица, подавшего возражение, исключительного права на коммерческое обозначение, возникшего ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака. Следовательно, у коллегии не имеется оснований для признания

оспариваемого товарного знака не соответствующим требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса.

В отношении мотива возражения о способности оспариваемого знака вводить потребителя в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги, коллегия отмечает следующее.

Способность оспариваемого обозначения вводить потребителя в заблуждение не подтверждена материалами возражения, поскольку не доказано возникновение и сохранение устойчивой ассоциативной связи товаров, маркированных оспариваемым знаком, с лицом, подавшим возражение.

Представленные в возражении материалы касаются деятельности лица, подавшего возражение, и не содержат сведений о восприятии оспариваемого товарного знака потребителями, в том числе исследования мнения потребителей в части способности введения их в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги салонов красоты. Следовательно, материалы возражения не позволяют сделать вывод о том, что российские потребители будут воспринимать услуги, маркированные оспариваемым товарным знаком, как услуги лица, подавшего возражение, что не соответствовало бы действительности.

Изложенные обстоятельства свидетельствуют об отсутствии оснований для признания оспариваемого знака не соответствующим требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Что касается основания по пункту 10 статьи 1483 Кодекса, то каких-либо доводов о несоответствии оспариваемого знака этой норме в возражении не представлено.

Относительно доводов возражения о злоупотреблении правом и недобросовестности действий правообладателя коллегия отмечает, что в компетенцию Роспатента не входит установление фактов злоупотребления правом и признаков недобросовестной конкуренции в действиях сторон спора в отсутствие решения суда и/или антимонопольного органа, которыми установлены соответствующие обстоятельства.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 07.06.2025, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству № 1062301.