

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения возражения заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (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 19.09.2023, поданное компанией HELLFIRE HOT SAUCE, INC., США (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №886776, при этом установлено следующее.

HellFire

Оспариваемый комбинированный товарный знак «**HellFire**» по заявке №2022723503 с приоритетом от 13.04.2022 зарегистрирован 11.08.2022 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее - Госреестр) за №886776 в отношении товаров и услуг 30, 35 классов МКТУ, указанных в перечне свидетельства. Правообладателем товарного знака является Сучков А.М., Москва (далее - правообладатель).

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 19.09.2023 поступило возражение, в котором оспаривается правомерность предоставления правовой охраны указанному товарному знаку ввиду того, что, по мнению лица, его подавшего, указанная регистрация была произведена в нарушение требований пунктов 1, 3, 8 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения сводятся к следующему:

- фактический интерес лица, подавшего возражение, состоит в следующем: 1) лицо, подавшее возражение является правообладателем исключительного права на сходное до степени смешения с оспиваемым товарным знаком фирменное наименование, права на которое у лица, подавшего возражение, возникли ранее даты приоритета товарного знака; 2) возникают риски смешения обозначения, используемого лицом, подавшим возражение, и товарного знака на российском рынке, введения потребителей в заблуждение относительно изготовителя товаров/лица, оказывающего услуги; 3) правовая охрана товарного знака будет препятствовать регистрации обозначения лица, подавшего возражение, в качестве товарного знака (заявка № 2023732408, приложение №23);

- Российская Федерация и США являются участниками Парижской конвенции;

- согласно пункту 1 статьи 2 Парижской конвенции в отношении охраны промышленной собственности граждане каждой страны Союза пользуются во всех других странах Союза теми же преимуществами, которые предоставляются в настоящее время или будут предоставлены впоследствии соответствующими законами собственным гражданам, не ущемляя при этом прав, специально предусмотренных указанной Конвенцией;

- на основании пункта 2 статьи 2 Парижской конвенции правовая охрана иностранному фирменному наименованию предоставляется согласно принципу «национального режима» и, соответственно, должна быть такой же, как и правовая охрана, предоставляемая национальным фирменным наименованиям;

- при этом в силу статьи 8 Парижской конвенции фирменное наименование охраняется во всех странах Союза без обязательной подачи заявки или регистрации и независимо от того, является ли оно частью товарного знака;

- как следует из разъяснений, ранее содержащихся в пункте 61 совместного постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации и Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 26.03.2009 №5/29 «О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», а в настоящее время – в пункте 153

постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 №10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», в Российской Федерации подлежит охране исключительное право на фирменное наименование в том числе иностранных юридических лиц (статья 8 Парижской конвенции). Следовательно, статья 8 Парижской конвенции обязывает страны Союза охранять фирменное наименование без обязательной подачи заявки или регистрации в Российской Федерации;

- независимо от того, является ли фирменное наименование частью товарного знака, иностранные лица могут защищать в Российской Федерации свои фирменные наименования, даже если их компании не зарегистрированы в России, не имеют здесь представительств и филиалов и зарегистрированных товарных знаков. Поэтому с точки зрения пункта 8 статьи 1483 Кодекса учитываться должна дата регистрации компании и то, осуществляет ли она в Российской Федерации деятельность в отношении товаров и услуг, однородных товарам и услугам, содержащимся в перечне регистрации товарного знака (постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 02.02.2015 по делу №СИП-674/2014; постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 28.05.2018 по делу №СИП-347/2017);

- компания HELLFIRE HOT SAUCE, INC. основана в США (штат Висконсин) 12 ноября 2012 года, что подтверждается сертификатом, выданным Департаментом финансовых учреждений США штата Висконсин (приложение №1), сведениями о компании с сайта торгового реестра штата Висконсин, США (https://opencorporates.com/companies/us_wi/H051825, см. приложение №2), и специализируется на производстве соусов (полный перечень продукции представлен в приложении №3);

- при этом «INC.» (сокращение от английского слова «Incorporated» (приложение №4)) в названии организации указывает на ее принадлежность к корпорации, организационно-правовую форму, а «HOT SAUCE» (в переводе с английского языка - «острый соус» (приложение №5)) в названии компании указывает на область деятельности, товары лица, подавшего возражение, в связи с

чем именно слово «HELLFIRE» составляет оригинальную именную часть названия компании;

- с 2012 года лицо, подавшее возражение, осуществляет хозяйственную деятельность, связанную с изготовлением и реализацией соусов под фирменным наименованием HELLFIRE HOT SAUCE, INC. Продукция заявителя введена в гражданский оборот во многих странах мира – США, Канаде, Швейцарии, Норвегии, Нидерландах, Европе, Новой Зеландии, Австралии, а также на территории Российской Федерации. Сведения об официальных дистрибьюторах в каждой из указанных стран размещены на сайте компании: <https://hellfirehotsauce.com/pages/distributors>;

- за более чем 10 лет работы компания HELLFIRE HOT SAUCE, INC. (ХЭЛЛФАЕР ХОТ СОУС, ИНК.) создала развитую сеть дистрибьюторов, включающую множество компаний, распространяющих ее продукцию в различных странах мира, включая Российскую Федерацию;

- длительность и интенсивность использования обозначения «HELLFIRE» подтверждаются многочисленными документами (договорами, товаросопроводительными документами), прилагаемыми к настоящему возражению, в частности: выписками из Деклараций ЕАЭС о соответствии товара, в которых непосредственно указано обозначение «HELLFIRE» и производитель продукции – HELLFIRE HOT SAUCE, INC., Декларациями о ввозе товара из США, Договором поставки с ООО «ИНВЕСТГРУП», инвойсами, договорами поставки дистрибьюторов, банковскими выписками, письмами от дистрибьюторов (приложения №№8-16);

- активное осуществление предпринимательской деятельности по введению соусов под обозначением «HELLFIRE» в гражданский оборот, подтверждается как вышеуказанными документами, так и значительным количеством денежных средств (порядка 4,9 млн. \$ за 2018-2022 гг.), которое Лицо, подавшее Возражение, затратило для продвижения бренда «HELLFIRE» (приложение №17);

- более того, правообладатель спорного товарного знака - Сучков А.М. согласно выписке из ЕГРИП (приложение №22) осуществляет деятельность агента

по торговле и согласно выписке из Декларации от 25.08.2022: <https://pub.fsa.gov.ru/rds/declaration/view/16957788/common> (приложение №8), и сведениям с его же сайта <https://hotnuts.ru> (приложение №23), реализует на территории Российской Федерации через свой сайт продукцию лица, подавшего возражения, произведенную в США, то есть своими действиями сам же подтверждает как зарубежное происхождение товаров, введение их в оборот в РФ, так и то, что их изготовителем является компания HELLFIRE HOT SAUCE, INC., в связи с чем он утрачивает право оспаривать факт осуществления лицом, подавшим возражение, деятельности под его фирменным наименованием в России в соответствии с принципом эстоппель;

- каждый образец товара, что видно как на скриншотах с сайта правообладателя товарного знака, так и представленных скриншотах иных сайтов (приложения №№23-27, 35) и фотографий продукции (приложение №28), содержит информацию о производителе (компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC.);

- вышеуказанное свидетельствует не только о надлежащем информировании потребителя, но и высокой степени информированности российского потребителя об обозначении «HELLFIRE» как об определенном бренде соусов американского производителя HELLFIRE HOT SAUCE, INC.;

- сравниваемые обозначения включают в себя одно и то же слово - «HELLFIRE» (то есть 8 совпадающих букв и звуков, одинаковое количество слогов, звукосочетаний, ударный слог), в связи с чем имеет место полное фонетическое вхождение одного обозначения в другое. Именно с данного слова начинается прочтение как фирменного наименования, так и спорного знака, именно на него падает логическое ударение в обоих сравниваемых средствах индивидуализации, оно является единственным сильным и основным индивидуализирующим их элементом, а слова «HOT SAUCE» и «INC.» в фирменном наименовании носят исключительно описательный характер;

- при этом норма пункта 8 статьи 1483 Кодекса направлена в числе прочего и на защиту общественных интересов - прав потребителей в целях исключения риска введения их в заблуждение в отношении лица, производящего товары или

оказывающего услуги (п. 1.5. раз. 1 гл. IV Обзора практики Суда по интеллектуальным правам по вопросам, связанным с применением пунктов 2, 4, 5, 8 и 9 статьи 1483 ГК РФ, утвержденного Постановлением Президиума СИП от 20.02.2020 №СП-21/4);

- производимые лицом, подавшим возражение, товары - соусы, относятся к 30 классу МКТУ. Соусы, как и все остальные товары 30 класса, указанные в свидетельстве № 886776, относятся к пищевым продуктам, продовольственным товарам (см. определение пищевых продуктов в статье 1 Федерального закона от 01.01.2000 № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов», определение «продовольственных товаров» содержится в пункте 9 статьи 2 Федерального закона от 28.12.2009 №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»);

- таким образом, все товары 30 класса МКТУ имеют общую родовую принадлежность (пищевые продукты). Также указанные товары имеют общее назначение - удовлетворение потребностей человека в пище;

- однородность сравниваемых товаров обусловлена их принадлежностью к одной и той же родовой и видовой группе, их назначением, ингредиентами (видом материалов), из которых изготовлены товары, условий их реализации, круга потребителей, традиционного/преимущественного уклада использования товаров, а также взаимодополняемостью либо взаимозаменяемостью (решение Суда по интеллектуальным правам от 22.11.2015 по делу №СИП-120/2014, в котором непосредственно рассматривалась однородность товаров 30 класса, относящихся к соусам);

- соусы применяются при приготовлении пищи, как вкусовая добавка и ингредиент тех или иных блюд, используются в качестве дополнения к основному блюду, для придания ему особого вкуса, улучшения вкусовых качеств, при этом виды таких блюд весьма разнообразны - макароны, лапша, спагетти, рис, пельмени, бутерброды, хот-доги, сэндвичи, суши, пицца (в том числе используется как основа для нее), чипсы и пр., в связи с чем учитывая общее место продажи, совместное приобретение и употребление продуктов (соусы вместе с различными блюдами

попадают в одну потребительскую корзину), потребитель, учитывая столь высокую степень сходства сравниваемых обозначений, может решить, что сравниваемые пищевые продукты произведены одним и тем же лицом, имеют общий источник происхождения, что однако не соответствует действительности;

- более того, согласно установившейся практике, расположение некоторых из продуктов питания, входящих в 30 класс, на разных полках розничной торговой сети также не является обстоятельством, очевидно свидетельствующим о неоднородности данных товаров, поскольку все они относятся к продуктам питания (могут быть использованы в кулинарии), а сырье для их производства может совпадать, вероятным видится восприятие потребителями этих товаров, пусть и расположенных на разных полках, но в одном магазине, как относящихся к одному источнику происхождения (Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 03.07.2017 по делу №СИП-769/2016);

- анализ товаров 30 класса МКТУ оспариваемого товарного знака показал, что все они относятся к товарам широкого потребления, одной группе - продовольственные товары, реализуются преимущественно в розничной сети (предназначены для личного потребления конечным потребителем), то есть имеют один рынок сбыта и совместную встречаемость, круг потребителей данных товаров совпадает;

- все товары 30 класса относятся к общей группе - продовольственные товары (продукты питания), имеют одинаковое назначение (удовлетворения потребностей человека в пище), общие места реализации (продовольственные магазины, супермаркеты), каналы сбыта (преимущественно, в розницу, т.е. продажа штучных товаров через обычные и интернет-магазины покупателям – физическим лицам для их личных целей), круг потребителей, принадлежность к товарам широкого потребления, совместную встречаемость;

- высокая степень сходства оспариваемого обозначения и противопоставленного ему фирменного наименования дополнительно может влиять на смешение товаров 30 класса МКТУ в гражданском обороте;

- таким образом, все товары 30 класса МКТУ оспариваемой регистрации следует признать однородными товарам (соусам), производимыми компанией HELLFIRE HOT SAUCE, INC.;

- лицо, подавшее возражение, также оказывает услуги по реализации и продвижению товаров 30 класса (соусов) с использованием одноименного интернет-магазина и развитой сети дистрибьюторов, указанные услуги (деятельность) относятся к услугам 35 класса МКТУ;

- деятельность лица, подавшего возражение, по реализации товаров 30 класса и услуги 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; демонстрация товаров; изучение рынка; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; проведение аукционов; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; распространение образцов; управление процессами обработки заказов товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги по оптовой и розничной продаже товаров; торговля оптовая и розничная» оспариваемого обозначения», указанные в свидетельстве №886776, являются однородными, так как использование в отношении них сходных обозначений может привести к возникновению у потребителя представления о принадлежности этих услуг одному производителю;

- по общему правилу, в целях признания предоставления правовой охраны товарному знаку недействительной по пункту 8 статьи 1483 Кодекса объем использования фирменного наименования не имеет значения при установлении фактического осуществления правообладателем под фирменным наименованием деятельности, однородной товарам и услугам, для которых зарегистрирован

спорный товарный знак (Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 02.06.2016 по делу №СИП-562/2015);

- таким образом, регистрацией товарного знака на имя Сучкова А.М. нарушено право компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC. на фирменное наименование, то есть положения пункта 8 статьи 1483 Кодекса;

- с учетом длительности осуществления компанией HELLFIRE HOT SAUCE, INC. хозяйственной деятельности по производству и реализации соусов, с указанием ее фирменного наименования и используемыми для маркировки обозначениями, содержащими доминирующее слово «HELLFIRE», сходными до степени смешения со спорным товарным знаком, обозначение «HELLFIRE» приобрело узнаваемость и репутацию у российских потребителей и связано с товарами (соусами), производимыми компанией HELLFIRE HOT SAUCE, INC.;

- информация о соусах «HELLFIRE» («HELLFIRE HOT SAUCE»), произведенных в США компанией HELLFIRE HOT SAUCE, INC., размещена на различных российских и зарубежных сайтах в сети Интернет (как сайте производителя - <https://hellfirehotsauce.com/> (ежемесячная аудитория 26-30 тыс. пользователей), так и сайтах его дистрибьюторов, импортеров в России: <https://scoville-world.com/>, https://scovill.ru/brands/hellfire_hot_sauce/ (ежемесячная аудитория 6-14 тыс. пользователей), <https://hitsauce.ru/product-category/brand/hellfire-hot-sauce/> (ежемесячная аудитория 17-35 тыс. пользователей), <https://chilibros.co/search/?q=Hellfire&send=Y&r=Y> (ежемесячная аудитория 17-22 тыс. пользователей) и других, а также в их социальных сетях, см. приложения №№24, 26, 34, сайты зарубежных дистрибьюторов, предлагающих продукцию компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC. и свидетельствующие о широкой известности обозначения «HELLFIRE» в других странах (приложение №35) и может быть легко найдена по запросу в популярных поисковых системах;

- продукция лица, подавшего возражение также освещалась продавцами и покупателями продукции на платформе «Youtube» (напр., аккаунт «ChiliBrosCo»: видеоролик от 18.12.2019, 63 243 просмотра: <https://www.youtube.com/watch?v=cJKGDm5bJKA&t=753s>, видеоролик от 28.08.2021,

140 380 просмотров: <https://www.youtube.com/watch?v=Nwoj6bGEOa0>, видеоролик от 23.06.2021: <https://www.youtube.com/watch?v=cQTOcQePIvQ>, видеоролик от 11.10.2020, 81 906 просмотров: <https://www.youtube.com/watch?v=FPcvfo0kGXU> (приложения №№36, 37);

- известность обозначения потребителям, интенсивность его использования подтверждают результаты поисковых систем по слову «HELLFIRE» («HELLFIRE HOT SAUCE») (см., напр., приложение №25 - результаты выдачи поисковых систем Google, Yahoo!, Яндекс, которые первым выдают сайт и сведения о лице, подавшем возражение, указание на страну производства - США). Поскольку сейчас основное продвижение товаров и услуг осуществляется через сеть Интернет, то результаты поисковой выдачи свидетельствует об узнаваемости и популярности обозначения «HELLFIRE» («HELLFIRE HOT SAUCE») среди соответствующей группы потребителей (входит в топ-10 результатов выдачи поисковых систем), наличии у потребителей ассоциативной связи между обозначением «HELLFIRE» («HELLFIRE HOT SAUCE») и компанией HELLFIRE HOT SAUCE, INC., ее товарами (соусами);

- соусы с обозначением «HELLFIRE HOT SAUCE», изготовленные компанией HELLFIRE HOT SAUCE, INC., представлены и реализуются различными дистрибьюторами, импортерами также на крупнейших интернет-маркетплейсах, таких как OZON.ru, Wildberries.ru, Shopozz. (приложение №26). Отзывы потребителей на указанных маркетплейсах, в том числе датированные ранее даты приоритета спорного товарного знака - приложения №27;

- следует обратить внимание на обширность потребительского рынка данной продукции по всей территории Российской Федерации и потребительскую осведомленность о данной продукции, что подтверждается особенностью сайтов-каталогов, позволяющих любому посетителю сайта, независимо от территориальной принадлежности, ознакомиться с данной информацией, сделать заказ и приобрести данный продукт;

- продукция (соусы) лица, подавшего возражение, под обозначением «HELLFIRE»/«HELLFIRE HOT SAUCE» была неоднократно представлена как на внутренних, так и на международных выставках, в частности продукция заявителя

представлена на ежегодных выставках «NYC HOT SAUCE EXPO» (<https://nychotsauceexpo.com/>) (материалы с выставок 2014, 2018 и 2019 годов - приложение №31);

- соусы «HELLFIRE»/«HELLFIRE HOT SAUCE» компании SAUCE, INC. также были представлены на «VI Чемпионат мира по пауэрлифтингу, силовому двоеборью, жиму лежа, народному жиму, становой тяге, строгому подъему на бицепс, армлифтингу и стритлифтингу», проходившему в России (Москва) с 17.12.2020 по 20.12.2020. В рамках чемпионата были проведены соревнования по поеданию острых соусов (соусы «HELLFIRE»/«HELLFIRE HOT SAUCE»), произведенных американской компанией (сведения были представлены в социальной сети официального дистрибьютора компании - ООО «СКОВИЛЛ»). При этом согласно сведениям с сайта чемпионата <https://world-champ.ru/> (ежегодно обновляется) количество участников (количество зрителей намного больше) и участвующих стран и городов в данном чемпионате весьма велико и например, в прошлом году, составило 51 тысяч человек. В 2020 году на Чемпионате мира количество участников составило 44 419 человек (данные с сайта <http://web.archive.org> - приложение №31);

- продукция лица, подавшего возражение, также была представлена его официальным дистрибьютором (ООО «СКОВИЛЛ») на Международной выставке продуктов питания WorldFood Moscow 2020 (даты проведения: 22-25.09.2020; официальный сайт выставки: <https://world-food.ru/ru/>, количество посетителей - 30 768 человек - приложение №31);

- в результате длительного и интенсивного использования (что подтверждается приложениями №№1, 7-17, 24-27, 28, 31, 33-37) обозначения «HELLFIRE», соусы, маркированные данным обозначением, уже были хорошо узнаваемы российскими потребителями на дату подачи заявки №2022723503, при этом у потребителей сформировалось определенное представление об их производителе (HELLFIRE HOT SAUCE, INC.), месте производства (США), качестве и других свойствах данных товаров;

- таким образом, на дату подачи заявки №2022723503 (свидетельство №886776) в сознании российского потребителя рассматриваемое обозначение в отношении соусов и их реализации устойчиво ассоциировалось именно с компанией HELLFIRE HOT SAUCE, INC.;

- на момент подачи заявки на регистрацию спорного товарного знака (13.04.2022) в отношении товаров 30 класса МКТУ, продукция лица, подавшего возражение, маркированная знаком «HELLFIRE», уже много лет реализовывалась на территории Российской Федерации как официальными дистрибьюторами компании, так и прочими лицами: ООО «СКОВИЛЛ» (ОГРН 1197746600237, <https://pub.fsa.gov.ru/rds/declaration/view/14349070/common>, Декларация ЕАЭС от 08.05.2020), ИП Хуснутдиновым А.Г. (ОГРНИП 321565800008105, Декларация на ввоз товара из США №GTD-10005030-031121-0571290 от 03.11.2021, Декларация на ввоз товара из США №GTD-10005030-140521-0224407, <https://pub.fsa.gov.ru/rds/declaration/view/15680825/common> - Декларация ЕАЭС от 05.04.2021, <https://pub.fsa.gov.ru/rds/declaration/view/16547832/common> - Декларация ЕАЭС от 20.02.2022), ИП Нетесовым В.Р. (ОГРНИП 319290100036874, <https://pub.fsa.gov.ru/rds/declaration/view/15374181/common>, Декларация ЕАЭС от 16.12.2020), ИП Ваниным А.С. (ОГРНИП 318784700127370, <https://pub.fsa.gov.ru/rds/declaration/view/15468078/common>, Декларация ЕАЭС от 28.12.2020). Выписки из вышеуказанных Деклараций ЕАЭС с официального сайта Единого реестра сертификатов соответствия и деклараций соответствия <https://pub.fsa.gov.ru/rds/declaration> содержатся в приложении №8;

- лицо, подавшее возражение, также выдавало вышеуказанным дистрибьюторам (в частности, ООО «СКОВИЛЛ», ИП Хуснутдинову А.Г.), подтверждающие письма на реализацию своих товаров на территории РФ (приложение №32), которые они размещали на своих сайтах, в социальных сетях и маркетплейсах;

- в 2022 году соусы, произведенные HELLFIRE HOT SAUCE, INC., были также задекларированы правообладателем спорного товарного знака - Сучковым

А.М. (<https://pub.fsa.gov.ru/rds/declaration/view/16957788/common>, Декларация ЕАЭС от 25.08.2022);

- из представленных выписок из Деклараций ЕАЭС видно, что производителем во всех случаях указана компания HELLFIRE HOT SAUCE, INC., а страной производства - США;

- вся имеющаяся в свободном доступе информация в сети Интернет связывает соусы под обозначением «HELLFIRE» только с компанией HELLFIRE HOT SAUCE, INC. Имя же правообладателя спорного знака - Сучкова А.М. не упоминается ни на оригинальной этикетке товара, ни в карточках описания товара, ни в названии интернет-магазина, в связи с чем, потребителям он не известен как производитель товаров и лицо, оказывающее услуги под обозначением «HELLFIRE»;

- с учетом изложенного, предоставление правовой охраны спорному Товарному знаку на имя Сучкова А.М. (Москва) способно ввести потребителя в заблуждение относительно производителя товаров (лица, оказывающего услуги), места происхождения товаров (у потребителей сложилась стойкая ассоциативная связь с местом производства товаров - США);

- регистрация на имя Сучкова А.М. товарного знака, который длительное время используется подателем возражения, приобрел известность до даты подачи заявки и ассоциируется у потребителей с определенными товарами и услугами, производимыми/оказываемыми HELLFIRE HOT SAUCE, INC, продукция которого реализуется многочисленными дистрибьюторами и импортерами, помимо введения потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров и лица, оказывающего услуги, обуславливает возможность недобросовестной конкуренции, нарушает права потребителей и может привести к дезориентации потребителей, и, следовательно, противоречит общественным интересам (подпункт 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса).

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит удовлетворить возражение и признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №886776 недействительным в отношении всех товаров 30 класса МКТУ, а также в отношении услуг 35 класса МКТУ «агентства по импорту-

экспорту; демонстрация товаров; изучение рынка; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; проведение аукционов; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; распространение образцов; управление процессами обработки заказов товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги по оптовой и розничной продаже товаров; торговля оптовая и розничная».

К возражению приложены следующие материалы:

1. Сертификат о регистрации компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC., с апостилем и нотариально заверенным переводом (оригинал содержится в материалах дела по заявке №2023732408);
2. Скриншоты реестровой записи о компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC. с сайта торгового реестра компаний штата Висконсин, США;
3. Перечень продукции (соусов), производимых компанией HELLFIRE HOT SAUCE, INC.;
4. Скриншоты с сайтов «Академик» (academic.ru) и «Картаслов.ру» (kartaslov.ru);
5. Скриншоты с сайта Переводчик;
6. Скриншот с сайта <http://www.whois-service.ru> в отношении доменного имени hellfirehotsauce.com;
7. Сертификат на доменное имя hellfirehotsauce.com, выданный NameSecure, LLC, с заверенным переводом;

8. Выписки из Деклараций ЕАЭС о соответствии товара с официального сайта Единого реестра сертификатов и деклараций соответствия <https://pub.fsa.gov.ru/rds/declaration>;
9. Декларация на ввоз товара из США №GTD-10005030-031121-0571290;
10. Декларация на ввоз товара из США №GTD-10005030-140521-0224407;
11. Договора поставки с ООО «ИНВЕСТГРУП»;
12. Копии инвойсов на поставку компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC. товаров (соусов) под обозначением «HELLFIRE HOT SAUCE», с заверенным переводом;
13. Копии договора, инвойсов, банковских выписок компании-агента Scoville World Inc. на поставку соусов «HELLFIRE»/«HELLFIRE HOT SAUCE» для ООО «Сковилл»;
14. Копии договора, спецификаций, инвойсов, банковских выписок компании-агента Scoville World Inc. на поставку соусов «HELLFIRE»/«HELLFIRE HOT SAUCE» для ИП Хуснутдинов А.Г.;
15. Подтверждающее письмо от компании Scoville World Inc.;
16. Свидетельство о регистрации компании Scoville World Inc.;
17. Письмо о затратах HELLFIRE HOT SAUCE, INC. на продвижение бренда «HELLFIRE»;
18. Соглашение о неразглашении (NDA) с компанией Endorphin Farms Inc.;
19. Подтверждающее письмо от компании Endorphin Farms Inc.;
20. Скриншоты реестровой записи о компании Endorphin Farms Inc.;
21. Ежегодный отчет о коммерческой корпорации Endorphin Farms Inc.;
22. Выписка из ЕГРИП на Сучкова А.М.;
23. Скриншоты с сайта Сучкова А.М. <https://hotnuts.ru/> с продукцией подателя Возражения, в том числе, с использованием «WebArchive» (<http://web.archive.org>);
24. Скриншоты сайтов и социальных сетей компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC. и его дистрибьюторов;

25. Скриншоты результатов выдачи поисковых систем Google, Yahoo!, Яндекс по обозначению «HELLFIRE HOT SAUCE»;
26. Скриншоты с сайтов OZON.ru, Wildberries.ru, Shopozz.ru;
27. Скриншоты с отзывами потребителей с сайтов OZON.ru, Wildberries.ru;
28. Фотографии товара (соусов) с обозначением «HELLFIRE HOT SAUCE»;
29. Выдержка из Лексико-семантического идентификатора наименований товаров и услуг по 30 классу МКТУ;
30. Скриншот с сайта <https://food.ru>;
31. Скриншоты с сайтов и социальных сетей об участии в выставках;
32. Копии писем компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC. на реализацию ее товаров на территории РФ, выданные дистрибьюторам;
33. Скриншоты с сервиса «WebArchive» (<http://web.archive.org>) о сайте <https://hellfirehotsauce.com/> за 2013-2022 годы;
34. Скриншоты с сайтов <https://spywords.ru>, <https://hitsauce.ru>, <https://www.similarweb.com> (анализ запросов и посещаемости сайтов);
35. Скриншоты с сайтов зарубежных дистрибьюторов компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC.;
36. Скриншоты с платформы «YouTube» аккаунта «ChiliBrosCo»;
37. Видеофайлы с платформы «YouTube» аккаунта «ChiliBrosCo»;
38. Распечатка с сайта Роспатенте по свидетельству №886776;
39. Распечатка с сайта Роспатента по заявке №2023710171;
40. Распечатка с сайта Роспатента по заявке №2023732408;
41. Уведомление о приеме и регистрации заявки №2023732408.

Лицом, подавшим возражение, 04.10.2023 были представлены дополнительные материалы, а именно: заверенные копии, а также нотариально удостоверенные переводы (в отношении документов на английском языке) приложений №№6, 7, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 32, представленных с возражением.

Лицом, подавшим возражение, 17.10.2023 были направлены дополнительные документы к возражению от 19.09.2023, а именно:

42. Сведения (скриншоты) с сервисов Whois, Веб-архив.ru о сайтах дистрибьюторов и импортеров продукции HELLFIRE HOT SAUCE, INC.

Правообладателем на заседании коллегии 17.11.2023 был представлен отзыв по мотивам поступившего 19.09.2023 возражения, в котором он отмечал следующее:

- оспариваемый товарный знак по свидетельству №886776 и противопоставленное ему фирменное наименование не являются сходными до степени смешения, поскольку между сравниваемыми средствами индивидуализации есть фонетические, визуальные и семантические отличия;

- такие товары как «кетчуп [соус]; соус клюквенный [приправа]; соус соевый; соус томатный; соус яблочный [приправа]; соусы [приправы]; соусы для пасты; специи» не являются однородными товарам «конфеты; конфеты лакричные [кондитерские изделия]; конфеты мятные; конфеты мятные для освежения дыхания; конфеты шоколадные с ликером; карамели [конфеты]», несмотря на их нахождение в одном 30 классе МКТУ, не являются однородными, поскольку у перечисленных товаров разные потребительские свойства, разные виды материалов, из которых они изготавливаются, разные места продажи в магазинах (находятся на разных полках), а также разные целевые группы потребителей (данный довод подтверждается выводами решения Суда по интеллектуальным правам от 21.07.2023 по делу №СИП-1191/2021);

- правообладатель является заинтересованным в использовании оспариваемого товарного знака в том числе для производства леденцов, карамели и иной кондитерской продукции, что подтверждается договором на разработку дизайна упаковки для товара карамель с обозначением логотипа HellFire, а также платежным поручением (приложение №44), договором на разработку и производство карамели с обозначением логотипа HellFire, платежным поручением (приложение №45), договором поставки продукции из картона и гофрированного картона для упаковки карамель с обозначением логотипа HellFire, платежным поручением (приложение №46), договором возмездного оказания услуг на разработку этикетки, платежным поручением (приложение №47);

- услуги 35 класса МКТУ «агентства по импорту-экспорту; демонстрация товаров; изучение рынка; организация торговых ярмарок; оформление витрин; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; предоставление торговых Интернет-площадок покупателям и продавцам товаров и услуг; презентация товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; проведение аукционов; продвижение продаж для третьих лиц; продвижение товаров и услуг через спонсорство спортивных мероприятий; продвижение товаров через лидеров мнений; прокат торговых автоматов; прокат торговых стендов; прокат торговых стоек; распространение образцов; управление процессами обработки заказов товаров; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]; услуги по оптовой и розничной продаже товаров; торговля оптовая и розничная» оспариваемой регистрации не являются однородными товарам 30 класса МКТУ «кетчуп [соус]; соус клюквенный [приправа]; соус соевый; соус томатный; соус яблочный [приправа]; соусы [приправы]; соусы для пасты; специи», так как указанные услуги 35 класса МКТУ зарегистрированы без уточнения, в отношении каких именно товаров они оказываются;

- актуальная правоприменительная практика исходит из того, что субъекты, подающие возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку в связи сего несоответствием требованиям пунктов 3, 8 статьи 1483 Кодекса, должны доказать свою заинтересованность в прекращении правовой охраны такого товарного знака путем предоставления документов, подтверждающих реальную экономическую деятельность по введению соответствующих товаров/услуг в гражданский оборот. При этом недоказанность заинтересованности является самостоятельным основанием для отказа в удовлетворении возражения независимо от установления наличия или отсутствия сходства до степени смешения сравниваемых обозначений (решение Суда по интеллектуальным правам от 22.03.2022 по делу №СИП-1344/2021);

- правообладатель считает, что лицо, подавшее возражение, не осуществляет реальную экономическую деятельность на территории Российской Федерации по введению в гражданский оборот товаров и услуг 30, 35 классов МКТУ, в отношении которых зарегистрирован оспариваемый товарный знак;

- согласно сведениям, представленным в Возражении, лицо, его подавшее, тратит внушительные средства на развитие своего бренда «HELLFIRE HOT SAUCE» на территории России, вследствие чего указанное обозначение стало ассоциироваться у потребителей соусов исключительно с лицом, подавшим возражение. Между тем, правообладатель считает, что указанная информация не соответствует действительности, поскольку в соответствии со сведениями из системы «Вордстат», анализирующей поисковые запросы, число показов в поисковой выдаче запроса «HELLFIRE HOT SAUCE» - всего запросов 59 в месяц (приложение №48);

- правообладатель затрачивает внушительные денежные средства на продвижение оспариваемого товарного знака, что подтверждается скриншотами рекламного кабинета (приложение №50);

- лицо, подавшее возражение, вкладывало свои денежные средства в продвижение на порталах google.com и instagram.com (владельцем указанной социальной сети является компания Meta, которая признана в России экстремистской организацией и запрещена), в настоящее время доступ к указанным сервисам на территории Российской Федерации ограничен, на портале google.com отключен раздел контекстной рекламы для российских пользователей, в связи с чем нельзя признать предоставленные лицом, подавшим возражение, данные в этой части в качестве подтверждающих несение расходов на продвижение своего обозначения;

- кроме того, лицо, подавшее возражение, заявляет о наличии у него широкой дилерской сети на территории Российской Федерации, между тем, никаких дилерских договоров в материалы настоящего административного дела представлено не было;

- таким образом, правообладатель убежден в том, что лицом, подавшим возражение, не доказана заинтересованность в прекращении правовой охраны оспариваемого товарного знака в отношении товаров и услуг 30, 35 классов МКТУ, что является самостоятельным основанием для отказа в удовлетворении возражения;

- по имеющейся у правообладателя информации распространенность самого обозначения «HELLFIRE» на рынке не только в отношении товаров 30 класса МКТУ, но и в отношении ряда других товаров свидетельствует о том, что на сегодняшний день имеется большое количество не имеющих отношения к лицу, подавшему возражение, продавцов, использующих указанное обозначение, а лицо, подавшее возражение, имеет незначительную известность лишь как производитель узкой категории товаров - соусов, в связи с чем у потребителей не может возникнуть стойких ассоциаций, позволяющих идентифицировать принадлежность обозначения «HELLFIRE» исключительно лицу, подавшему возражение. Ситуация с размытием бренда «HELLFIRE» хорошо иллюстрируется в приложении №51;

- иных доказательств, в том числе социологического опроса, опровергающего указанные доводы правообладателя, лицом, подавшим возражение, в материалы настоящего административного дела не представлено;

- таким образом, правообладатель считает, что оспариваемый товарный знак не вводит потребителей в заблуждение и его регистрация не противоречит положениям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса вопреки доводам лица, подавшего возражение;

- лицом, подавшим возражение, не было представлено документов о самостоятельном продвижении товаров 30 класса МКТУ на территории Российской Федерации, ввиду чего оспариваемая регистрация также не нарушает положения пункта 8 статьи 1483 Кодекса.

К отзыву правообладателем были приложены следующие дополнительные материалы:

43. Выписка из реестра на товарный знак по свидетельству №886776;

44. Договор на разработку дизайна упаковки для товара карамель с обозначением логотипа HellFire, платежное поручение;
45. Договор на разработку и производство карамели с обозначением логотипа HellFire, платежное поручение;
46. Договор поставки продукции из картона и гофрированного картона для упаковки карамель с обозначением логотипа HellFire, платежное поручение;
47. Договор возмездного оказания услуг на разработку этикетки, платежное поручение;
48. Сведения из системы «Вордстат»;
49. Скриншот сведений поисковой выдачи;
50. Скриншоты рекламного кабинета;
51. Скриншоты магазинов, маркирующих продукцию обозначением «HELLFIRE».

Лицом, подавшим возражение, 04.12.2023 было направлено дополнение к возражению от 19.09.2023, в котором оно отмечало следующее:

- лицо, подавшее возражение, не согласно с доводами правообладателя об отсутствии сходства до степени смешения между оспариваемым товарным знаком и противопоставленным ему фирменным наименованием, поскольку сравниваемые обозначения включают в себя одно и то же слово - «HELLFIRE» (то есть 8 совпадающих букв и звуков, одинаковое количество слогов, звуко- и буквосочетаний, ударный слог), в связи с чем имеет место полное буквенное и фонетическое вхождение одного обозначения в другое;

- учитывая общую видовую принадлежность, назначение (удовлетворение потребностей человека в приправах – соусах, пряностях, специях), общие места реализации (те же или соседние полки продовольственных магазинов) и круг потребителей, взаимозаменяемость и/или взаимодополняемость, такие товары 30 класса спорного товарного знака как «бадьян; водоросли [приправа]; гвоздика [пряность]; горчица; заправки для салатов; имбирь молотый; каперсы; карри [приправа]; кетчуп [соус]; корица [пряность]; кули фруктовые [соусы]; куркума;

майонез; маринад из шинкованных овощей с острой приправой [пикачили]; маринады; мисо; мята для кондитерских изделий; орех мускатный; паста имбирная [приправа]; перец; перец душистый; перец стручковый [специи]; песто; подливки мясные; порошок горчичный; приправы; пряности; релиш [приправа]; семена конопли обработанные [приправы]; семена кунжута [приправы]; семена льна для кулинарных целей [приправы]; семена обработанные, используемые в качестве приправы; семена тыквы обработанные [приправы]; семя анисовое; сок лимонный кристаллизированный [приправа]; соус клюквенный [приправа]; соус соевый; соус томатный; соус яблочный [приправа]; соусы [приправы]; соусы для пасты; специи; тамаринд [приправа]; травы огородные консервированные [специи]; уксус; уксус пивной; харисса [приправа]; чатни [приправа]; чеснок измельченный [приправа]; чоу-чоу [приправа]; шафран [специи]; эссенции пищевые, за исключением эфирных эссенций и эфирных масел» однозначным образом являются с высокой степенью однородными товарам - соусам, производимым компанией HELLFIRE HOT SAUCE, INC.;

- степень однородности товаров тесно связана со степенью сходства обозначений, предназначенных для их маркировки. Чем сильнее сходство, тем выше опасность смешения и, следовательно, шире диапазон товаров (услуг), которые могут рассматриваться как однородные (пункт 7.3.4. Руководства);

- в ситуации, когда спорный знак зарегистрирован в отношении множества разных подгрупп товаров, в результате применения знаков с высоким уровнем сходства разными изготовителями выше вероятность возникновения у потребителя представление о принадлежности этих товаров одному изготовителю. Следовательно, эти товары могут рассматриваться как однородные (пункт 7.2.3. Руководства);

- более того, согласно установившейся практике, расположение некоторых из продуктов питания, входящих в 30 класс, на разных полках также однозначно не свидетельствует об их неоднородности, поскольку все они относятся к продуктам питания (используются в кулинарии), а сырье для их производства может совпадать, вероятным видится восприятие потребителями этих товаров, пусть и

расположенных на разных полках, но в одном магазине, как относящихся к одному источнику происхождения (Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 03.07.2017 по делу №СИП-769/2016);

- необходимо учитывать, что услуги существуют не сами по себе, а предназначены для определенного вида деятельности. Так, конкретные услуги магазинов розничной и оптовой продажи товаров предназначены для реализации конкретных товаров (Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 22.05.2015 по делу №СИП-833/2014);

- поскольку в перечне спорного Товарного знака присутствует только один класс товаров - 30-ый, очевидно, что услуги 35 класса (перечень оспариваемых услуг был приведен по тексту заключения выше) также относятся и связаны с товарами 30 класса МКТУ. Товары, производимые компанией HELLFIRE HOT SAUCE, INC. также относятся к 30 классу. При этом все товары 30 класса относятся к одной родовой группе - продукты питания;

- представленные правообладателем товарного знака договоры (приложения №№44-47) не относятся к рассматриваемому периоду и не свидетельствуют о вводе в гражданский оборот какой-либо продукции ни в рассматриваемый период, ни после. Соответственно, представленные документы ни коем образом не подтверждают известность для потребителя правообладателя товарного знака как изготовителя каких-либо из рассматриваемых товаров 30 класса, а также как лица, оказывающего услуги 35 класса МКТУ под спорным товарным знаком;

- также приведенные в приложении №48 к отзыву сведения с «Яндекс.Вордстат» выдают лишь прогнозируемые показы в месяц и только в поисковике «Яндекс», ежедневно меняются, и учитывая дату поиска (30.10.2023) не относятся к рассматриваемому периоду, на который оценивается спорный товарный знак;

- лицо, подавшее Возражение не может согласиться с доводом правообладателя Товарного знака об отсутствии у компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC. заинтересованности в оспаривании правовой охраны спорного товарного знака;

- как указано Верховным Судом РФ в Определении Судебной коллегии по экономическим спорам ВС РФ от 26.10.2021 № 300-ЭС21-11315 по делу № СИП-932/2019, заинтересованным лицом может быть признано любое лицо, доказавшее наличие фактического интереса в прекращении правовой охраны зарегистрированного обозначения;

- более того, понятие «заинтересованность» применительно к оспариванию предоставления правовой охраны товарному знаку по основанию пункта 3 статьи 1483 Кодекса должно толковаться максимально широко, поскольку рассматриваемое основание оспаривания призвано защищать интересы общества, потребителей, а не частный интерес конкретного лица, и запрещать необоснованную монополию на товарные знаки (пункт 32 «Обзора судебной практики Верховного Суда Российской Федерации №1 (2021)», утвержденного Президиумом Верховного Суда Российской Федерации 07.04.2021);

- позиция о том, что при оценке товарного знака на соответствие требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса, не имеет значения ведет ли изготовитель фактическую деятельность на территории Российской Федерации, находит отражение и в текущих решениях Роспатента и Суда по интеллектуальным правам, например, в решении Суда по интеллектуальным правам от 10.10.2023 по делу №СИП-684/2023;

- впрочем, и «норма пункта 8 статьи 1483 Кодекса направлена в числе прочего и на защиту общественных интересов – прав потребителей в целях исключения риска введения их в заблуждение в отношении лица, производящего товары или оказывающего услуги» (пункт 1.5. раздела 1 главы IV Обзора практики Суда по интеллектуальным правам по вопросам, связанным с применением пунктов 2, 4, 5, 8 и 9 статьи 1483 Кодекса, утвержденного Постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 20.02.2020 №СП-21/4);

- лицо, подавшее возражение, является заинтересованным в подаче возражения, и действует как в защиту своих частных интересов, так и в интересах общества - потребителей продукции (во избежание их дезориентации, введения в заблуждение),

а также многочисленных российских компаний и предпринимателей - импортеров и дистрибьюторов продукции компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC.;

- оценка обозначения на соответствие требованиям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса производится исходя из восприятия этого обозначения рядовыми, средними потребителями - адресатами товаров и услуг, для индивидуализации которых испрашивается правовая охрана обозначения. Соответствующая оценка производится исходя из восприятия этого обозначения на конкретную дату - дату подачи заявки на государственную регистрацию товарного знака в Роспатент (Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 05.08.2021 по делу №СИП-929/2020);

- длительность, интенсивность использования обозначения «HELLFIRE» для соусов, сделавшее его узнаваемым в глазах потребителей и контрагентов, что позволило связывать его с конкретным изготовителем - компанией HELLFIRE HOT SAUCE, INC., подтверждается, в частности, следующим: 1) компания использует обозначение «HELLFIRE» для индивидуализации соусов с 2012 года; 2) соусы компании могут быть легко найдены по запросу в популярных поисковых системах, включая Google, Яндекс (приложение №25 к возражению); 3) продукция компании реализуется более чем в 9 различных странах мира, включая Россию, более чем 21 только официальными зарубежными дистрибьюторами (приложение №35 к возражению), а также распространялась до даты приоритета спорного товарного знака и распространяется на территории России многочисленными российскими торговыми посредниками, как минимум еще 7-ю, помимо Сучкова А.М.: ООО «Сковилл», ИП Хуснутдиновым А.Г., ИП Нетесовым В.Р., ИП Ваниным А.С., ООО «Чилиброс», ИП Нигматуллиным И.С., ООО «ИНВЕСТГРУП», что подтверждается прилагаемыми к возражению документами; 4) обширность потребительского рынка данной продукции по всей территории Российской Федерации и потребительская осведомленность о данной продукции подтверждается также самой особенностью сайтов-каталогов, которые позволяют любому посетителю сайта, независимо от территории ознакомиться с данной информацией, сделать заказ и приобрести данный продукт; 5) компания HELLFIRE HOT SAUCE, INC. информирует

потребителя о том, что является изготовителем соуса, своем официальном сайте (hellfirehotsauce.com) и месте производства товара (Lake Geneva, WI 53147) путем нанесения соответствующей информации на этикетку товара, в связи с чем степень информированности российского потребителя об обозначении «HELLFIRE» как об определенном бренде соусов американского производителя HELLFIRE HOT SAUCE, INC., является высокой; б) несмотря на большое количество дистрибьюторов, импортеров (множественность продавцов), последние поддерживают высокий уровень информированности потребителя о производителе соусов, что выражается в (а) указании сведений о производителе и месте производства в карточках товаров, (б) в информационных материалах на их сайтах, социальных сетях и каналах, (в) крупных фотографиях этикетки товара, где указан производитель, его сайт и место производства товара, (г) размещением на сайтах и в карточках товаров писем-согласий от компании на реализацию ее товара, подтверждающих оригинальное происхождение продукции, а также (д) указанием на собственных наклейках статуса «импортер» и указания производителя соуса - компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC.;

- таким образом, вся имеющаяся в свободном доступе информация в сети Интернет связывает соусы под обозначением «HELLFIRE» только с компанией HELLFIRE HOT SAUCE, INC.;

- регистрация спорного товарного знака на имя Сучкова А.М. препятствует осуществлению действительным производителем продукции - компанией HELLFIRE HOT SAUCE, INC. и ее дистрибьюторами, иными импортерами в Российской Федерации предпринимательской деятельности по введению в гражданский оборот соусов под обозначением «HELLFIRE», вводит потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров и услуг;

- Сучков А.М. не является ни официальным, ни исключительным дистрибьютором компании, не является заказчиком данной продукции. Компания не давала своего согласия и/или поручения на регистрацию товарного знака на имя Сучкова А.М.;

- учитывая высокую степень информированности потребителя об американском изготовителе соусов под обозначением «HELLFIRE», высокую насыщенность российского рынка продукцией компании, регистрация знака на имя одного из импортеров обуславливает возможность недобросовестной конкуренции, и ведет к дезориентации потребителей, поэтому также противоречит общественным интересам (подпункт 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса).

На заседании коллегии 18.12.2023 правообладателем были представлены дополнения к отзыву от 17.11.2023, которые сводились к следующему:

- полное вхождение одного из словесных элементов обозначения в другое обозначение еще не свидетельствует о наличии сходства между ними и о наличии смешения;

- имеется и обширная правоприменительная практика, которая дополнительно подтверждает тезис о том, что полное вхождение одного из элементов обозначения в другое обозначение еще не свидетельствует о том, что такие обозначения являются сходными до степени смешения (например, решение Суда по интеллектуальным правам от 10.08.2023 по делу №СИП-1025/2022, решение Суда по интеллектуальным правам от 10.06.2019 по делу №СИП-102/2019);

- лицо, подавшее возражение, так и не представило никаких документов, подтверждающих введение в гражданский оборот следующих товаров: карамели [конфеты]; карри [приправа]; кетчуп [соус]; киноа обработанная; киш; клейковина пищевая: клецки на основе муки; комбуча; конфеты; конфеты лакричные [кондитерские изделия]; конфеты мятные; конфеты мятные для освежения дыхания; конфеты шоколадные с ликером и иных кондитерских изделий, приведенных в перечне оспариваемого товарного знака, что свидетельствует об отсутствии заинтересованности в прекращении правовой охраны оспариваемого товарного знака в этой части. Отсутствие заинтересованности является самостоятельным основанием для отказа в удовлетворении возражения (решение Суда по интеллектуальным правам от 22.03.2021 по делу №СИП-1344/2021);

- несмотря на многократные ссылки лица, подавшего возражение, на большую сеть дилеров (дистрибьютеров), а также посредников, реализующих продукцию

лица, подавшего возражение, на российском рынке, в материалы настоящего дела, как уже ранее отмечал правообладатель, не были представлены документы, которыми оформляются указанные правоотношения (дилерские (дистрибьютерские) договоры, платежные поручения, подтверждающие реальное исполнение указанных договоров, договоры поставки и платежные поручения к ним, товарные накладные, счета-фактуры или иные документы, подтверждающие факт отгрузки и так далее). Вследствие изложенного, можно констатировать, что лицо, подавшее возражение, документально не подтвердило ни самостоятельное осуществление деятельности на территории Российской Федерации по реализации спорных товаров и услуг, ни осуществление такой деятельности через цепочку аффилированных лиц, дилеров, дистрибьютеров, партнеров, селлеров и тому подобных;

- актуальная правоприменительная практика исходит из того, что возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по пункту 8 статьи 1483 Кодекса не может быть удовлетворено в ситуациях, когда лицом, подавшим возражение, не доказано, что потребители ассоциируют фирменное наименование именно с лицом, подавшим возражение, и что лицо, подавшее возражение, как носитель фирменного наименования ведет самостоятельно, а не через аффилированных лиц, деятельность на российском товарном рынке, вводя соответствующие товары в гражданский оборот. Так, в решении Суда по интеллектуальным правам по делу от 14.12.2023 по делу №СИП-440/2023 было подчеркнуто, что обязательным условием обращения лица за защитой своих прав по пункту 8 статьи 1483 Кодекса является наличие ассоциаций фирменного наименования именно с юридическим лицом, осуществляющим реальную деятельность на рынке, у потребителей, в противном случае (в том числе лишь при наличии ассоциаций фирменного наименования только с аффилированными лицами) права лица на фирменное наименование не могут быть нарушены;

- даже если допустить, что у лица, подавшего возражение, на территории Российской Федерации существует большая цепочка посредников, реализующих продукцию, маркированную обозначением «HELLFIRE» (что не подтверждено документально, как отмечалось выше), указанным утверждением лицо, подавшее

возражение, по сути сообщает о том, что его продукция неподконтрольно реализуется на российском рынке большим количеством разных лиц, и против такого использования лицо, подавшее возражение, очевидно не возражает, а, напротив, даже поощряет его. При этом ввиду непредоставления лицом, подавшим возражение, каких-либо документов, подтверждающих связь лица, подавшего возражение, с указанными посредниками/партнерами/дилерами, можно заключить, что такие документы в принципе отсутствуют, равно как они отсутствуют между лицом, подавшим возражение, и правообладателем оспариваемого товарного знака;

- преследование лицом, подавшим возражение, именно правообладателя, который, между тем, добросовестно и по официальным каналам продаж закупает продукцию у лица, подавшего возражение, и занимается ее популяризацией среди потребителей, видится недобросовестным поведением при одновременном лояльном отношении к таким же субъектам предпринимательской деятельности, которые не находятся с лицом, подавшим возражение, в каких-либо партнерских, дилерских или дистрибьютерских отношениях, что противоречит статье 10 Кодекса.

Лицом, подавшим возражение, 18.01.2024 были представлены вторые дополнения к возражению от 19.09.2023, в которых оно обращало внимание на следующее:

- во всех приведенных в настоящем деле многочисленных материалах и документах как лицом, подавшим возражение, так и самим правообладателем, в качестве производителя соуса указано только одно лицо – компания HELLFIRE HOT SAUCE, INC. (т.е. никакое иное лицо, включая правообладателя оспариваемого товарного знака, производителем данных соусов не значится);

- правообладатель спорного обозначения является одним из многочисленных торговых посредников, которые осуществляют реализацию соусов компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC. под обозначением «HELLFIRE», что подтверждается как материалами дела, так и им самим;

- соответственно, регистрация товарного знака, произведенная на имя одного из многочисленных торговых посредников, противоречит самой сути института товарного знака, поскольку в данном случае обозначение не индивидуализирует

товары и услуги лица, на которого зарегистрирован товарный знак. Более того, данное лицо само реализует продукцию с тем же обозначением, произведенную другим лицом, то есть своими действиями само же признает его в качестве средства индивидуализации другого лица - компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC.;

- товарный знак индивидуализирует товар конкретного производителя, позволяет потребителям (в том числе, торговым посредникам, оптом закупающим товар и перепродающим его конечным потребителям) отличить данный товар от иных аналогичных товаров на рынке. Торговому посреднику же не требуется средство индивидуализации товаров, поскольку реализуемый им товар им самим не производится, и он лишь оказывает услуги по продаже товаров третьего лица;

- компания HELLFIRE HOT SAUCE, INC. защищает свои права как производителя и права всех её текущих и будущих дистрибьюторов, торговых посредников от попыток ограничить их в возможности распространять продукцию компании, а также права потребителей во избежание их дезориентации, введения в заблуждение относительно изготовителя и места производства товаров;

- при этом только при наличии исключительного права на спорный товарный знак у компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC. - действительного производителя соусов под обозначением «HELLFIRE» все торговые посредники смогут законно распространять продукцию компании на территории Российской Федерации (как по договору, с согласия или под контролем правообладателя, так и благодаря действию принципа исчерпания исключительного права на товарный знак);

- позиция о том, что для введения потребителя в заблуждение относительно иностранного изготовителя (лица, оказывающего услуги) достаточно сведений из сети Интернет о том, что такое обозначение известно российскому потребителю как обозначение иностранного изготовителя на дату приоритета товарного знака, и что ассоциации между таким обозначением и изготовителем носят правдоподобный характер, при этом не важно ведет ли иностранное лицо хозяйственную деятельность на территории Российской Федерации, находит отражение и в текущих решениях Роспатента и Суда по интеллектуальным правам, например, в решении Суда по интеллектуальным правам от 10.10.2023 по делу №СИП-684/2023;

- приведенные в возражении и дополнении к нему материалы и сведения, где преимущественно и осуществляется реализация соусов компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC., в достаточной мере демонстрируют насыщенность российского рынка продукцией компании и ее известность российскому потребителю, его высокую степень информированности об обозначении «HELLFIRE» как об определенном бренде соусов американского производителя HELLFIRE HOT SAUCE, INC.;

- более того, 13.02.2023 Сучков А.М. подал заявку №2023710171 на регистрацию товарного знака «HELLFIRE HOT SAUCE», полностью содержащего именную часть фирменного наименования лица, подавшего возражение, в отношении ограниченного перечня товаров 30 класса, относящихся к соусам, и услуг 35 класса, связанных с реализацией и продвижением товаров, что непосредственно демонстрирует его истинные намерения воспользоваться обозначением и репутацией компании;

- компания HELLFIRE HOT SAUCE, INC. не назначала и не назначает исключительных дистрибьюторов, что подтверждается фактическими действиями компании, не ограничивающей распространение своей продукции иными лицами, и даже поощряющей ее распространение, как верно было отмечено самим же правообладателем оспариваемого товарного знака;

- российский потребитель имел и имеет возможность оформить заказ товара непосредственно на официальном сайте производителя <https://hellfirehotsauce.com/>, что подтверждает возможность прямого взаимодействия производителя с потребителем, а также использование обозначения «HELLFIRE» для услуг магазинов;

- результаты исследования в сети Интернет, проведенного сторонней организацией АНО «ЦЕАИ» (приложение №53), также подтверждают, что обозначение «HELLFIRE» упоминается для соусов с указанием в качестве страны происхождения товара - США, а в качестве производителя упоминается только компания HELLFIRE HOT SAUCE, INC.;

- при этом знания потребителей о продукции «HELLFIRE» способны вызвать представление о том, что соответствующее средство индивидуализации и для иных товаров 30 класса, а также рассматриваемых услуг 35 класса, связанных и сопутствующих реализации данной продукции, исходит от компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC. (по причине их природы или назначения они могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения, изготовителю);

- если обозначение длительное время используется различными изготовителями в отношении идентичных или однородных товаров, оно признается не обладающим различительной способностью и ему отказывается в регистрации товарного знака на основании пункта 1 статьи 1483 Кодекса;

- в случае если, как утверждает правообладатель оспариваемого товарного знака «имеются сомнения, что знак ассоциируется именно с американской компанией HELLFIRE HOT SAUCE, INC.», при этом он не оспаривает тот факт, что «продукция лица, подавшего возражение, реализуется на российском рынке большим количеством разных лиц», ссылается на «размытость бренда» и что «имеется большое количество не имеющих к лицу, подавшему возражение, продавцов, использующих указанное обозначение», и как было документально подтверждено, многочисленные торговые посредники реализуют соусы компании уже многие годы (еще до даты приоритета товарного знака), то согласно данной логике правовая охрана товарного знака должна быть признана недействительной на основании положений пункта 1 статьи 1483 Кодекса как обозначения, не обладающего различительной способностью;

- судебная практика свидетельствует о том, что в случае, когда обозначение использовалось до даты приоритета товарного знака несколькими независимыми субъектами, оно может ассоциироваться у потребителей с каждым из таких субъектов и в отсутствие доказательств того, что регистрация товарного знака является результатом соглашения между всеми такими субъектами, такое обозначение не может быть признано индивидуализирующим соответствующие товары и услуги одного лица, следовательно, оно не обладает различительной

способностью в отношении таких товаров и услуг (решение Суда по интеллектуальным правам от 24.10.2022 по делу №СИП-526/2022);

- более того, в соответствии с пунктом 2.3 «Справки по вопросам, возникающим при применении положений пунктов 1 и 3 статьи 1483 Кодекса» государственная регистрация обозначения, разработанного ранее и активного используемого с того времени многими предприятиями, на имя заявителя, не имеющего отношения к разработке данного товарного знака, а также не являющегося производителем товаров, для которых такой знак используется и регистрируется, противоречит требованиям статьи 10.bis Парижской конвенции, согласно которой актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах. В частности, подлежат запрету все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смешение в отношении предприятия, продуктов, промышленной или торговой деятельности конкурента, а также ложные утверждения при осуществлении коммерческой деятельности предприятия. В этом смысле регистрация товарного знака противоречит публичному порядку, основанному на праве и законности, а значит, и интересам общества (решение Суда по интеллектуальным правам от 30.01.2015 по делу №СИП-322/2014).

- таким образом, регистрация оспариваемого обозначения противоречит положениям пунктов 1, 3, 8 статьи 1483 Кодекса.

Ко вторым дополнениям от 18.01.2024 лицом, подавшим возражение, были приобщены следующие дополнительные материалы:

52. Подтверждающее письмо от HELLFIRE HOT SAUCE, INC.;

53. Отчет о проведенном исследовании по обозначению «Hellfire» в сети Интернет;

54. Выписка из ЕГРЮЛ на организацию, проводившую исследование.

На заседании коллегии 18.01.2024 правообладателем были приобщены дополнительные документы, а именно:

55. Материалы электронной переписки с компанией HELLFIRE HOT SAUCE, INC., подтверждающие, что лицо, подавшее возражение, не обладает

информацией об имеющемся административном разбирательстве и не возражает в отношении ведения правообладателем дальнейшей деятельности по продаже продукции, маркированной оспариваемым товарным знаком, на территории России.

На заседании коллегии 07.03.2024 правообладателем были представлены вторые дополнения к отзыву от 17.11.2023, в которых он указывал следующее:

- лицо, подавшее возражение, не доказало широкую известность среди российских потребителей целевой группы, не подтвердило наличие стойкой ассоциативной связи оспариваемого товарного знака с лицом, подавшим возражение;

- в отношении представленного лицом, подавшим возражение, Отчета о проведенном исследовании по обозначению «Hellfire» в сети Интернет (приложение №53), правообладатель отмечает, что данное исследование не должно приниматься коллегией во внимание, так как оно не соответствует критериям достоверности социологических опросов, установленных Информационной справкой о выявленной методологии оценки судами результатов опроса мнения потребителей в спорах о защите товарных знаков (утверждена постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 18.08.2022 № СП-21/15);

- ссылки лица, подавшего возражение, на пункт 1 статьи 1483 Кодекса не относятся к предмету настоящего административного спора, поскольку не заявлялись лицом, подавшим возражение, в возражении от 19.09.2023 в качестве основания для прекращения правовой охраны оспариваемого товарного знака;

- лицом, подавшим возражение, не представлено каких-либо доказательств, подтверждающих отсутствие различительной способности у оспариваемого товарного знака, в связи с чем указанный довод лица, подавшего возражения, подлежит отклонению.

Ко вторым дополнениям от 07.03.2024 правообладателем были приложены дополнительные документы, а именно:

56. Выписка из ЕГРЮЛ на Автономную некоммерческую организацию «ЦЕНТР ЕВРОПЕЙСКО-АЗИАТСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ»;

57. Информация из поисковой выдачи по запросу «Hellfire»;

58. Информация с официального сайта Роскомнадзора и из СМИ.

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

С учетом даты (13.04.2022) приоритета оспариваемого товарного знака по свидетельству №886776 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 20.07.2015 № 482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный № 38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

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

1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида;

2) являющихся общепринятыми символами и терминами;

3) характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта;

4) представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

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

Вместе с тем согласно пункту 1.1 статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 настоящей статьи не применяются в отношении обозначений, которые:

1) приобрели различительную способность в результате их использования;

2) состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1 - 4 пункта 1 настоящей статьи и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно положениям пункта 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации.

При этом устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшими во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида.

Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы:

общепринятыми символами, характерными для отраслей хозяйства или области деятельности, к которым относятся содержащиеся в перечне товары, для которых испрашивается регистрация товарного знака;

условными обозначениями, применяемыми в науке и технике;

общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

Как следует из положений пункта 35 Правил, для доказательства приобретения обозначением различительной способности, предусмотренной подпунктом 1 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, могут быть представлены

содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

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

Согласно подпункту 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.

В соответствии с пунктом 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 случае если ложным или вводящим в

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

При установлении способности обозначения ввести потребителя в заблуждение учитываются в том числе сведения о товарных знаках или иных средствах индивидуализации, предоставление правовой охраны которым признано недействительным на том основании, что действия правообладателя, связанные с их регистрацией и использованием, были признаны в установленном законодательством Российской Федерации порядке актом недобросовестной конкуренции или злоупотреблением правом на основании решения федерального антимонопольного органа и его территориальных органов или решения суда.

Согласно пункту 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), право на которое в Российской Федерации возникло у иного лица ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

В соответствии с пунктом 41 Правил обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия. Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований пунктов 42-44 настоящих Правил.

В соответствии с положениями пункта 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в пунктах 42 и 43 настоящих Правил, а также исследуется

значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

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.

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).

В соответствии с порядком оспаривания и признания неправомерным предоставления правовой охраны, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку может быть подано заинтересованным лицом. Заинтересованность устанавливается на дату обращения лица с возражением.

Согласно доводам возражения, оспариваемый товарный знак сходен до степени смешения с отличительной частью фирменного наименования лица, подавшего возражение, зарегистрированного ранее даты приоритета товарного знака по свидетельству №886778, при этом, компания HELLFIRE HOT SAUCE, INC. ведет деятельность однородную по отношению к товарам и услугам 30, 35 классов МКТУ оспариваемой регистрации. Указанное позволяет признать данное лицо заинтересованным в подаче возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №886776.

Оспариваемый товарный знак «**HellFire**» является словесным, выполненным стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров и услуг 30, 35 классов МКТУ.

В качестве основания для признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку «**HellFire**» по свидетельству №886776

лицом, подавшим возражение, указывается несоответствие произведенной регистрации требованиям пунктов 1, 3, 8 статьи 1483 Кодекса.

Анализ оспариваемого товарного знака на предмет его соответствия положениям пункта 1 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

В отношении несоответствия оспариваемой регистрации положениям пункта 1 статьи 1483 Кодекса лицо, подавшее возражение отмечало, что обозначение «Hellfire» не обладает различительной способностью в отношении товаров 30 класса МКТУ «соусы», поскольку использовалось различными лицами до даты приоритета оспариваемого товарного знака (13.04.2022).

Согласно выпискам из Деклараций ЕАЭС с официального сайта Единого реестра сертификатов соответствия и деклараций соответствия <https://pub.fsa.gov.ru/rds/declaration> (приложение №8) заявителями, в отношении которых данные декларации были предоставлены для продукции 30 товаров МКТУ «соусы» под обозначениями «HELLFIRE»/«HELLFIRE HOT SAUCE», являлись следующие лица: компания HELLFIRE HOT SAUCE, INC., ИП Хуснутдинов А.Г., ООО «СКОВИЛЛ», Сучков А.М., Краснов В.А., ИП Нетесов В.Р., ИП Ванин А.С.

Также лицом, подавшим возражение, были представлены копии договора, инвойсов, банковских выписок компании-агента Scoville World Inc. на поставку соусов «HELLFIRE»/«HELLFIRE HOT SAUCE» для ООО «Сковилл» (приложение №13), а также копии договора, спецификаций, инвойсов, банковских выписок компании-агента Scoville World Inc. на поставку соусов «HELLFIRE»/«HELLFIRE HOT SAUCE» для ИП Хуснутдинов А.Г. (приложение №14), при этом компания Scoville World Inc. является официальным дистрибьютером лица, подавшего возражения, что подтверждается письмом от данной компании (приложение №15).

Дополнительно, лицом, подавшим возражение, были представлены Декларации на ввоз соусов из США (приложения №№9, 10) от компаний NSL MAGIC PLANT LLC, SCOVILLE WORLD INC., датированные 2021 годом.

Что касается представленных лицом, подавшим возражение, скриншотов с сайтов OZON.ru, Wildberries.ru, Shopozz.ru (приложение №26), а также скриншотов с

отзывами потребителей с сайтов OZON.ru, Wildberries.ru (приложение №27), коллегия отмечает, что данные документы не могут быть приняты ею во внимание, поскольку на указанных сайтах отсутствует указание на какого-либо производителя.

Согласно Информационной справке, подготовленной по результатам анализа и обобщения судебной практики Суда по интеллектуальным правам в качестве Суда первой и кассационной инстанций с учетом практики Верховного Суда Российской Федерации по вопросам, возникающим при применении положений пунктов 1 и 3 статьи 1483 Кодекса, утвержденной постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 05.04.2017 №СП-23/10 по результатам обсуждения с участием членов Научно-консультативного совета при Суде по интеллектуальным правам, «одного факта использования обозначения различными лицами до даты подачи заявки на товарный знак недостаточно для установления ассоциативных связей, которые возникли или могли возникнуть у потребителей в связи с этим обозначением, и, соответственно, для вывода об отсутствии у обозначения различительной способности. Этот факт должен учитываться наряду с другими обстоятельствами по делу, свидетельствующими о формировании или вероятности формирования у потребителей ассоциаций в связи с конкретным обозначением. При этом могут быть учтены, в частности длительность, интенсивность использования обозначения, возможность исчезновения ассоциативных связей в связи с отдаленностью во времени использования обозначения от даты подачи заявки на товарный знак (постановления президиума Суда по интеллектуальным правам от 06.02.2015 по делу №СИП-537/2014 (определением Верховного Суда Российской Федерации от 20.07.2015 №300-ЭС15-4629 в передаче кассационной жалобы для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации отказано) и от 09.02.2015 по делу №СИП-687/2014), осведомленность потребителей об использовании обозначения различными производителями».

Коллегия отмечает, что представленные с возражением материалы (приложения №№8-10, 13-15, 26-27) не свидетельствуют о том, что оспариваемое обозначение использовалось иными лицами настолько длительно и интенсивно, что

в результате потеряло свою различительную способность. Исходя из представленных данных не представляется возможным установить, в каких объемах, в течение какого периода времени до даты приоритета оспариваемого товарного знака, обозначение «HellFire» использовалось иными лицами (сами представленные материалы фактически носят единичный характер).

Таким образом, коллегия полагает, что оспариваемое обозначение обладает различительной способностью, может индивидуализировать товары 30 класса МКТУ «соусы» оспариваемого товарного знака, и, как следствие, не нарушает положения пункта 1 статьи 1483 Кодекса.

Анализ оспариваемого товарного знака на предмет его соответствия положениям пункта 3 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Словесный элемент «HellFire» оспариваемого товарного знака сам по себе не содержит сведений, которые бы являлись ложными или вводящими потребителя в заблуждение относительно товара/услуги или его изготовителя/лица, их оказывающего, то есть применительно к товарам и услугам 30, 35 классов МКТУ указанный словесный элемент является фантазийным.

Вместе с тем, вывод о способности обозначения вводить потребителя в заблуждение относительно изготовителя товара, может быть сделан в том случае, если данное обозначение ассоциируется у потребителя с иным производителем товаров на основании имеющегося опыта. Для такого вывода необходимо наличие доказательств, подтверждающих активное и интенсивное использование обозначения лицом, подавшим возражение, в результате чего у потребителей способна возникнуть стойкая ассоциативная связь между указанным лицом и товарами/услугами 30, 35 классов МКТУ, которые вводятся в гражданский оборот под соответствующим обозначением.

Часть представленных материалов (приложения №№11, 28) либо датированы позднее даты приоритета оспариваемого товарного знака, либо не имеют исходных данных, ввиду чего не могут быть учтены коллегией в качестве доказательств по основаниям, предусмотренным положениями пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Часть представленных с возражением документов (приложения №№8-10, 13-15, 26-27) содержит в себе сведения не о лице, подавшем возражение (компания HELLFIRE HOT SAUCE, INC.), а об иных участниках гражданского оборота (компания NSL MAGIC PLANT LLC, компания SCOVILLE WORLD INC., ИП Хуснутдинова А.Г., ООО «СКОВИЛЛ», Сучкова А.М., Краснова В.А., ИП Нетесова В.Р., ИП Ванина А.С.), которые используют в своей деятельности обозначение «HellFire» для маркировки соусов. Таким образом, данные документы не могут свидетельствовать о том, что потребитель будет введен в заблуждение в отношении лица, производящего товары/оказывающего услуги 30, 35 классов МКТУ.

Что касается представленных лицом, подавшим возражение, сведений о размещении продукции в сети-Интернет (перечень продукции (соусов), производимых компанией HELLFIRE HOT SAUCE, INC. (приложение №3), скриншот с сайта <http://www.whois-service.ru> в отношении доменного имени hellfirehotsauce.com (приложение №6), сертификат на доменное имя hellfirehotsauce.com, выданный NameSecure, LLC, с заверенным переводом (приложение №7), скриншоты сайтов и социальных сетей компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC. и его дистрибьюторов (приложение №24), скриншоты с сервиса «WebArchive» (<http://web.archive.org>) о сайте <https://hellfirehotsauce.com/> за 2013-2022 годы (приложение №33), скриншоты с сайтов зарубежных дистрибьюторов компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC. (приложение №35)), коллегия отмечает, что данная информация является ознакомительной и не может свидетельствовать о том, что лицом, подавшим возражение соусы под обозначением «HellFire» ввозились на территорию Российской Федерации. Таким образом, данные материалы также не могут быть приняты коллегией во внимание.

В отношении доводов лица, подавшего возражение, о том, что «продукция лица, подавшего возражение, также освещалась продавцами и покупателями продукции на платформе «Youtube» (приложения №№36, 37)», коллегия отмечает, что сами видеоматериалы с указанной платформы также не свидетельствуют о том, что продукция компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC. ввозилась на территорию Российской Федерации (сами товары могли быть куплены и на территории США).

Касаемо представленных с возражением скриншотов с сайтов и социальных сетей об участии в выставках (приложение №31), коллегия отмечает, что данные выставки «NYC HOT SAUCE EXPO» проводились не на территории Российской Федерации, ввиду чего представляется сомнительным, что российский потребитель знаком с данной продукцией.

С возражением не было представлено ни одного договора поставки, ни одной товарной накладной, таможенной декларации, которые свидетельствовали бы о том, что лицо, подавшее возражение, самостоятельно ввозило на территорию Российской Федерации какие-либо товары 30 класса МКТУ. Напротив, как само отмечало лицо, подавшее возражение, его продукция ввозилась различными дистрибьютерами, что подтверждается материалами возражения (скриншоты сайтов и социальных сетей компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC. и его дистрибьюторов (приложение №24), копии писем компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC. на реализацию ее товаров на территории РФ, выданные дистрибьюторам (приложение №32), скриншоты с сайтов зарубежных дистрибьюторов компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC. (приложение №35), сведения (скриншоты) с сервисов Whois, Веб-архив.ру о сайтах дистрибьюторов и импортеров продукции HELLFIRE HOT SAUCE, INC. (приложение №42)).

Кроме того, коллегии не были представлены сведения об объемах продаж товаров, маркированных обозначением «HellFire»; о длительности использования обозначения «HellFire» для маркировки товаров и услуг 30, 35 классов МКТУ; об объемах затрат на рекламу товаров и услуг, маркированных данным обозначением; о степени информированности потребителей об обозначении «HellFire».

Таким образом, коллегия усматривает, что представленные материалы не свидетельствуют о длительном и широком использовании обозначения «HellFire» в различных регионах Российской Федерации, в связи с чем у среднего российского потребителя могла бы сформироваться ассоциация между рассматриваемым обозначением «HellFire» и лицом, подавшим возражение.

Следовательно, коллегия не находит оснований для вывода о том, что оспариваемый товарный знак вводит потребителя в заблуждение в отношении производителя товаров 30 класса МКТУ/ лица, оказывающего услуги 35 класса МКТУ, не нарушает положения подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Что касается представленного лицом, подавшим возражение, исследования в сети Интернет, проведенного АНО «ЦЕАИ» (приложение №53), коллегия отмечает, что согласно Информационной справке о выявленной методологии оценки судами результатов опроса мнения потребителей в спорах о защите товарных знаков, утвержденной постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 18.08.2022 № СП-21/15, «при представлении результатов социологических опросов (в том числе нескольких) в материалы дела они подлежат оценке судом наряду с другими доказательствами как с точки зрения выводов, сделанных по результатам опроса мнения потребителей, так и с точки зрения использованной методики, круга опрошенных лиц, поставленных вопросов, предоставленных респондентам наглядных материалов и других обстоятельств (постановления президиума Суда по интеллектуальным правам от 26.05.2017 по делу № СИП-171/2016, от 29.06.2018 по делу №СИП-710/2017, от 10.08.2018 по делу № СИП-718/2016, от 10.08.2018 по делу №СИП-717/2016, от 10.08.2018 по делу № СИП-626/2016)».

Как уже было установлено коллегией по тексту заключения выше, лицами, подавшими возражение, не было доказано материалами возражения того, что на дату приоритета оспариваемого обозначения по свидетельству №886776 оно вводило потребителя в заблуждение в отношении изготовителя товаров 30 класса МКТУ/лица, оказывающего услуги 35 класса МКТУ. Таким образом, исследование в сети Интернет (приложение №53) не может повлиять на выводы коллегии о соответствии оспариваемого обозначения положениям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Анализ оспариваемого товарного знака на предмет его соответствия положениям пункта 8 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Согласно сложившейся правоприменительной практике вышеуказанная норма может являться основанием для признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку при наличии определенной совокупности условий, а именно:

- соотношение даты возникновения исключительного права на фирменное наименование, охраняемое на территории Российской Федерации, и даты приоритета спорного обозначения - товарного знака;

- наличие или отсутствие тождества или сходства до степени смешения противопоставленного обозначения и фирменного наименования (отдельных его элементов);

- однородность товаров и услуг, в отношении которых зарегистрирован товарный знак, и видов деятельности юридического лица с противопоставленным фирменным наименованием;

- использование фирменного наименования до даты приоритета спорного товарного знака.

Аналогичная правовая позиция изложена в постановлениях президиума Суда по интеллектуальным правам от 08.08.2019 по делу №СИП-729/2018, от 28.10.2019 по делу №СИП-148/2019, от 11.09.2020 по делу №СИП-938/2019.

Согласно информации из сертификата о регистрации компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC. (приложение №1) данная компания была зарегистрирована 12.11.2012, то есть в период ранее даты приоритета оспариваемого товарного знака (13.04.2022).

При анализе оспариваемого товарного знака на предмет несоответствия требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса коллегией было установлено следующее.

Из представленных лицом, подавшим возражение, документов усматривается, что собственно наименование обратившегося с возражением юридического лица сходно с оспариваемым товарным знаком. Сходство сравниваемых средств индивидуализации обусловлено фонетическим, визуальным и графическим

вхождением словесного элемента «HellFire» (переводится с английского языка на русский язык как «адский огонь» (<https://www.multitran.com/ru/dictionary/english-russian/hellfire>)) оспариваемой регистрации в противопоставленное фирменное наименование «HELLFIRE HOT SAUCE, INC.»).

При этом в противопоставленном фирменном наименовании данный совпадающий элемент является сильным, поскольку остальные его элементы являются описательными (часть «INC.» (сокращение от английского слова «Incorporated» в названии организации указывает на ее принадлежность к корпорации, организационно-правовую форму, а словесные элементы «HOT SAUCE» (в переводе с английского языка - «острый соус» (<https://www.babla.ru/английский-русский/hot-sauce>) в названии компании указывают на область деятельности, товары лица, подавшего возражение).

Таким образом, оспариваемый товарный знак и противопоставленное ему фирменное наименование являются сходными до степени смешения.

В свою очередь анализ материалов возражения на предмет установления деятельности компании HELLFIRE HOT SAUCE, INC. и соотнесения ее с услугами оспариваемого товарного знака по свидетельству №886776 показал следующее.

Как уже было указано по тексту заключения выше, лицом, подавшим возражение, не было приложено к возражению ни одного документа, который свидетельствовал бы о том, что оно самостоятельно ввозило товары 30 класса МКТУ на территорию Российской Федерации. Лицо, подавшее возражение, осуществляет свою деятельность через различных дистрибьютеров (что оно и не оспаривает), при этом коллегия отмечает, что право на фирменное наименование является неотчуждаемым (согласно пункту 2 статьи 1484 Кодекса распоряжение исключительным правом на фирменное наименование (в том числе путем его отчуждения или предоставления другому лицу права использования фирменного наименования) не допускается (указанное подтверждается и судебной практикой, например, решение Суда по интеллектуальным правам от 14.11.2023 по делу №СИП-597/2023).

Таким образом, основания для вывода о несоответствии оспариваемого товарного знака по свидетельству №886776 требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса отсутствуют.

Резюмируя все описанное выше, коллегия отмечает, что оспариваемый товарный знак не нарушает положения пунктов 1, 3, 8 статьи 1483 Кодекса, следовательно, возражение от 19.09.2023 не подлежит удовлетворению.

Дополнительно, коллегия указывает, что лицо, подавшее возражение, выражало мнение о том, что «регистрация на имя Сучкова А.М. товарного знака, который длительное время используется подателем возражения, приобрел известность до даты подачи заявки и ассоциируется у потребителей с определенными товарами и услугами, производимыми/оказываемыми HELLFIRE HOT SAUCE, INC, продукция которого реализуется многочисленными дистрибьюторами и импортерами, помимо введения потребителя в заблуждение относительно изготовителя товаров и лица, оказывающего услуги, обуславливает возможность недобросовестной конкуренции, нарушает права потребителей и может привести к дезориентации потребителей, и, следовательно, противоречит общественным интересам (подпункт 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса)». Коллегия приняла к сведению указанный довод лица, подавшего возражение, и считает необходимым обратить его внимание на то, что установление факта злоупотребления правом или недобросовестной конкуренции при рассмотрении возражений против предоставления правовой охраны товарному знаку не относится к компетенции федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности. Следовательно, оснований для анализа поступившего возражения на предмет его соответствия требованиям статьи 10 Кодекса или законодательству о защите конкуренции у коллегии не имеется.

В отношении доводов возражения о том, что оспариваемое обозначение нарушает положения подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, коллегия отмечает, что согласно пункту 4.2 главы 2 раздела IV Руководства к обозначениям, противоречащим общественным интересам, принципам гуманности и морали, можно отнести обозначения, представляющие или включающие слова, выражения,

изображения, объемные и другие обозначения или их комбинации, которые как сами по себе, так и в случае их использования в качестве товарных знаков противоречат правовым основам общественного порядка и/или могут вызвать возмущение членов общества на основе общепринятых норм морали.

Оспариваемое обозначение является вымышленным, фантазийным, и не противоречит правовым основам общественного порядка, равно как и не может вызвать возмущение членов общества на основе общепринятых норм морали, обратное материалами возражения доказано не было.

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

отказать в удовлетворении возражения, поступившего 19.09.2023, оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №886776.