

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по результатам рассмотрения возражения

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.04.2020 № 644/261 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный № 59454), рассмотрела поступившее 20.05.2024 в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности возражение, поданное ООО «Мануфактура», Москва (далее – лицо, подавшее возражение), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 724451, при этом установлено следующее.

Оспариваемый товарный знак по заявке № 2019702675 с приоритетом от 25.01.2019 зарегистрирован 21.08.2019 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за № 724451 на имя «ХАЙТ ДЖИНРО Ко., Лтд.», 714, Ёндонг-дэро, Гангнам-гу, Сеул, Корея (далее – правообладатель) в отношении услуг 43 класса МКТУ *«рестораны; закусовые; услуги ресторанов, оказываемые в рамках франшизы; пабы; кафе; услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками; рестораны корейской кухни; бары»*. Срок действия регистрации – до 25.01.2029 г.

Согласно описанию, приведенному в материалах заявки, оспариваемый товарный знак является словесным и представляет собой обозначение: « **ХАЙТ** ».

В поступившем 20.05.2024 в Федеральную службу по интеллектуальной собственности возражении выражено мнение лица, подавшего возражение, о том, что регистрация № 724451 товарного знака произведена в нарушение требований, установленных положением пункта 8 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения, поступившего 20.05.2024, а также последующих дополнений (в том числе, с учетом комментариев на отзыв правообладателя) сводятся к следующему:

- оспариваемый товарный знак является русскоязычной версией коммерческого обозначения - «Hite». Сходство сравниваемых обозначений обусловлено фонетическим признаком, поскольку они произносятся одинаково;
- обозначение «Hite» является коммерческим обозначением, исключительное право на которое принадлежит лицу, подавшему возражение. Коммерческое обозначение индивидуализирует предприятие - ресторан корейской кухни - с 2015 г. (представлены паспорт безопасности от 2022 г., фотографии, отзывы потребителей, благодарственные письма, сведения о домене <https://hitebbq.com/>, зарегистрированном 28.10.2014 г., Телеграм-канале «hite корейский ресторан»). Ресторан «Hite» находится по адресу: «г. Москва, ул. 1905 года, 2с1». С 2015 г. ресторан индивидуализируется вывеской «hite», о чем имеется информация на сервисе «Яндекс. Карты». С 2018 г. вывеска претерпела изменения;
- ресторан корейской кухни «Hite» был открыт в Москве в 2015 году;
- ООО «Мануфактура» перевело на себя право аренды помещения ресторана в 2019 г., до этого деятельность осуществлялась подконтрольным (аффилированным) ему юридическим лицом - ООО «ЭКПРЕСС». Состав передаваемого имущества определен в договоре о купле-продаже № 2 от 01.10.2019 г.;
- коммерческое обозначение «Hite» обладает достаточными различительными признаками, а именно: оригинальный шрифт, цвет, фантазийный характер. Известность обозначения в пределах определенной территории подтверждается заключением договоров на музыкально-информационное сопровождение, формированием плейлистов, предоставлением программного обеспечения для трансляции контента, изготовлением рекламно-информационных материалов и т.д.;
- имеется документально подтвержденная информация об изготовлении вывески «Hite» от 07.08.2017 г., когда были оплачены услуги по изготовлению объемных световых букв и их монтажу компанией ООО «Бизнес медиа»;
- исключительное право на коммерческое обозначение «Hite» в отношении ресторанной деятельности возникло в 2015-2016 гг., а ресторан открылся в 2014 г.;

- согласно социологическому исследованию АНО «Левада центр» «Уровень известности и опыт посещения заведения общественного питания (ресторана) под обозначением «Hite» среди московских потребителей» почти половине (48 %) потребителей известен ресторан под данным обозначением. Большая часть потребителей были знакомы с рестораном «hite» до 2019 г.;
- коммерческое обозначение «Hite» служит для индивидуализации ресторана корейской кухни в Москве;
- услуги 43 класса МКТУ оспариваемого товарного знака и коммерческого обозначения «Hite» являются однородными;
- в Российской Федерации бренды «хайт» / «hite» не ассоциируются у потребителей с корейским пивом;
- медийное присутствие ресторана «Hite» однозначно свидетельствует о том, что российские потребители сформировали устойчивую ассоциацию обозначения «Hite» с рестораном корейской кухни ООО «Мануфактура»;
- с 2020 г. пиво «Hite» перестало поставляться в Российскую Федерацию многими компаниями, а ресторан продолжает успешно развиваться и функционировать, потому что его репутация и бизнес никогда не зависели от корейского правообладателя бренда пива. В России бренд «Хайт» или «Hite» не ассоциируется у потребителей с корейским пивом;
- отзывы о ресторане «Hite» появились на Интернет-ресурсах в периоды 2015-2019 гг., 2023-2025 гг. (фотографии, мнения посетителей представлены);
- у ресторана большой постоянный поток посетителей, что свидетельствует о сложившейся репутации корейского ресторана;
- лицом, подавшим возражение, также предоставлены документы в отношении вывески (счет на монтаж букв от 07.08.2017 г., сведения из компьютера сотрудника касательно файла вывески в векторе с датой изменения от 11 ноября 2014 г., договор № А05/08/2016 от 05.08.2016 г. об изготовлении и размещении рекламной конструкции - вывески, документация от Главного архитектурно-планировочного управления, письмо от Управы Пресненского района города Москвы о включении сезонного (летнего) кафе на период 01.04.2018 – 31.10.2018 гг., акт осмотра

имущества от 01.09.2016 г., договор страхования от огня и других опасностей имущества и т.п.);

- в возражении приведены действующие нормы законодательства, регулирующие правовую охрану товарных знаков, а также ссылки на судебную практику;

- в период с 2015 по 2023 гг. сформировано узнаваемое коммерческое обозначение «Hite» для индивидуализации ресторана корейской кухни в Москве, которое не привязано к правообладателю;

- учредители ресторана договорились с компанией «ХайтДжинро Рус Компани» (официальный дистрибьютор в Российской Федерации правообладателя) о сотрудничестве, которое формировалось на взаимном продвижении;

- компания «ХайтДжинро Рус Компани» поставляло в ресторан корейское пиво «Hite». Ресторан использует название «Hite» и развивает этот бренд. Компания «ХайтДжинро Рус Компани» и правообладатель 10 лет осведомлены о существовании ресторана «Hite», но не предпринимали шагов о запрете использования этого названия;

- использование названия ресторана «Hite» осуществлялось с согласия правообладателя. Партнерские взаимоотношения подтверждаются договорами поставок между ООО «Экспресс» и ООО «ХайтДжинро Рус Ко». После смены юридического лица 24.10.2019 г. был заключен аналогичный договор поставки № HJR241019-Н1 между ООО «Мануфактура» и ООО «ХайтДжинро Рус Компани»;

- за 10 лет существования ресторана правовых претензий не предъявлялось, и поддерживались партнерские отношения;

- до ООО «Мануфактура» руководство рестораном «Hite» осуществляло ООО «Экспресс». С октября 2019 г. по настоящее время указанный ресторан включен в базу ЕГАИС СИОПР с юридическим лицом ООО «Мануфактура»;

- ресторан активно вкладывался в развитие своей деловой репутации без опоры на популярность корейского бренда пива (благодарственные письма приложены);

- ресторан открылся и работал независимо от корейского правообладателя. Ресторан оформил партнерские отношения с дистрибьютором через договоры поставки, не оформлял каких-либо эксклюзивных договоренностей;

- с 2020 г. пиво «Hite» перестало поставляться на территорию Российской Федерации. Последняя реализация в розницу пива «Hite» была в декабре 2020 г.;
- в России бренд «хайт» / «hite» не ассоциируется у потребителей с корейским пивом;
- в результатах поисковой выдачи Яндекс не упоминается корейский бренд пива. Узнаваемость потребителями и связь названия сформировались именно для ресторана;
- ресторан сформировал собственную деловую репутацию путем длительного существования на российском рынке, благодаря чему повсеместно появляются статьи и обзоры ресторанов, как в СМИ, так и личные обзоры посетителей (сведения приведены);
- введение в заблуждение отсутствует, так как правообладатель не осуществляет на территории Российской Федерации ресторанной деятельности. Все доказательства отзыва касаются реализации пива;
- информация о международных регистрациях товарных знаков правообладателя не может подтверждать известность или узнаваемость бренда на территории Российской Федерации, в том числе, регистрации товарных знаков в отношении напитков не могут свидетельствовать об общеизвестности бренда «Hite»;
- регистрация оспариваемого товарного знака без какого-либо использования на протяжении почти 6 лет выглядит как недобросовестная регистрация с целью блокирования регистрации товарных знаков лица, подавшего возражение;
- лицо, подавшее возражение, представляет сведения об отзывах потребителей с 2015 года (Tripadvisor, Instagram и т.д.);
- первая вывеска была изготовлена в 2014 г. (см. скриншот рабочего компьютера сотрудника). Далее в 2016 г. вывеска заменялась (договор № А05/08/2016 от 05.08.2016 г.). В 2017 г. был изменен дизайн вывески (счет от 07.08.2017 г.). В материалах дела также имеется документация от Главного архитектурно-планировочного управления в отношении летнего кафе при стационарном предприятии;
- корейский ресторан «Hite» функционирует по одному адресу с даты открытия;

- ресторан корейской кухни «Hite» стал победителем ресторанной премии года «TimeOut Москва», 2015 г. в номинации «Мой любимый ресторан»;
- два адреса соответствует одному и тому же зданию и помещению;
- в дополнениях приводятся сведения об аффилированности организаций, которые вели деятельность ресторана «Hite». Согласно сведениям ЕГРЮЛ единоличным исполнительным органом обществ «Восточный Экспресс» и «Экспресс», то есть лицом, принимающим все организационные и управленческие решения, было одно лицо - Рожкова О.Н.;
- аффилированность между ООО «Экспресс» и ООО «Мануфактура» возникает в связи с родственными связями между участниками / учредителями данных юридических лиц.

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, просит признать недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 724451 в отношении всех услуг 43 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства.

В подтверждение своих доводов лицом, подавшим возражение, представлены следующие материалы:

- сведения из Госреестра в отношении товарного знака по свидетельству № 724451 - [1];
- соглашение о перенайме от 01.10.2019 г. по долгосрочному договору № 1 субаренды от 08.09.2014 г. - [2];
- договор о купле-продаже № 2 от 01.10.2019 г. - [3];
- соглашение о перенайме от 01.06.2016 г. по долгосрочному договору № 1 субаренды от 08.09.2014 г. - [4];
- соглашение от 01.03.2022 г. о замене стороны в договоре № 24 аренды недвижимого имущества от 06.01.2002 г. - [5];
- договор № 22/03/17 оказания услуг от 22.03.2017 г. - [6];
- договор № 2/1562 на охранные услуги от 01.12.2016 г. - [7];
- договор № 01/12/18 на монтажные работы в ресторане (кафе) от 25.12.2018 г. - [8];
- паспорт безопасности места массового пребывания людей ресторана корейской кухни «Хайт» от 2018 г. - [9];

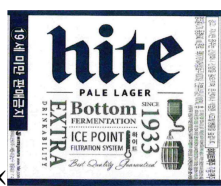
- паспорт безопасности места массового пребывания людей ресторана корейской кухни «Hite» от 2022 г. - [10];
- информация с ресурса whois о домене - [11];
- свидетельство о регистрации доменного имени - [12];
- договор с ООО «Кубик-Медиа» на услуги по музыкально-информационному сопровождению деятельности ресторана «hite» от 01.11.2016 г. - [13];
- договор на размещение рекламы корейского ресторана «Hite» в издании «Карта культурного центра Москвы от 11.01.2019 г. - [14];
- отчет АНО «Левада центр» по результатам исследования: «Уровень известности и опыт посещения заведения общественного питания (ресторана) под обозначением «hite» среди московских потребителей» - [15];
- страницы паспорта безопасности места массового пребывания людей ресторана корейской кухни «Хайт» от 2018 г. - [16];
- договоры поставок № HJR 2811-1 от 28.11.2016 г., № HJR241019-Н1 от 24.10.2019 г. - [17];
- письмо о повышении цен исх. № 21 от 01.03.2022 г. - [18];
- благодарственные письма - [19];
- ответы на адвокатские запросы - [20];
- ответ на запрос о поставках пива ООО «Рисмафуд» - [21];
- ответ Управы Пресненского района о включении в ЕГАИС СИОПР от 26.11.2024 г. - [22];
- статьи «Яндекс. Дзен и ресторане «Hite»» от 28.11.2020 г., статья «Рестораны корейской кухни с грилем» от 22.12.2023 г. - [23];
- фотографии, сделанные пользователями в сети Интернет до 25.01.2019 и опубликованные на сервисе «Яндекс. Карты», «Google. Карты» - [24];
- счета на оплату объемных световых букв «Hite» - [25];
- договор № А05/08/2016 от 05.08.2016 г. на изготовление рекламных конструкций, акт № 1 к договору № А05/08/2016 от 05.08.2016 г. на изготовление рекламных конструкций - [26];

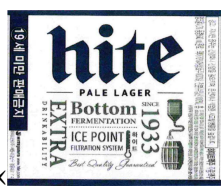
- проект размещения сезонного (летнего) кафе при стационарном предприятии общественного питания для включения в схему размещения сезонных (летних) кафе при стационарных предприятиях общественного питания - [27];
- письмо от Управы о летнем кафе от 2018 г. - [28];
- письмо от Трехгорной Мануфактуры о вывеске от 18.06.2025 г. - [29];
- письмо от Управы о вывеске от 11.06.2025 г. - [30];
- акт осмотра имущества от 01.09.2016 г. - [31];
- договор страхования от огня и других опасностей имущества промышленных и коммерческих предприятий и частных лиц № ИОГ-0008264682 от 07.09.2016 г. - [32];
- акт приема-передачи имущества - [33];
- выписки из ЕГРЮЛ ООО «Восточный Экспресс», ООО «Экспресс», ООО «Мануфактура» - [34];
- свидетельства о рождении Ооржак Чейнеш Александровны, Ооржак Анны Александровны, перемене имени - [35].

От правообладателя был представлен отзыв, основные доводы которого сводятся к следующему:

- в отзыве правообладатель ссылается на действующее законодательство, регулирующее правовую охрану товарных знаков, а также на статью 9 «Закона об авторском праве» республики Кореи, в соответствии с которой автором признаётся не только физическое лицо, но и юридическое лицо, а также организация имеет права на вышедшие под ее наименованием объекты авторского права. Согласно пункту 3 той же статьи авторские права распространяются как на обнародованные, так и на необнародованные произведения;
- в отзыве приведена судебная практика (дела №№ СИП-81/2017, СИП-275/2020);
- пунктом 7 статьи 1259 Кодекса предусмотрено, что авторские права распространяются на часть произведения, на его название, на персонажа произведения, если по своему характеру они могут быть признаны самостоятельным результатом творческого труда автора и отвечают требованиям, установленным пунктом 3 этой статьи;



- правообладатель оспариваемого товарного знака обладает исключительными авторскими правами в отношении графического произведения дизайна





«». Данное произведение публиковалось правообладателем как на экземплярах упаковки товара правообладателя, так и в качестве зарегистрированного им товарного знака Республики Корея № 40-1129361-00-00, дата приоритета 07.04.2014 г.;

- 10.04.2014 г. на корейском ресурсе по адресу <http://www.taxtimes.co.kr/news/article.html?no=188814> вышла статья о том, что состоялась презентация обновленного дизайна логотипа;

- узнаваемая часть данного графического произведения дизайна в дальнейшем используется самостоятельно, так и в составе иных дизайнов упаковки продукции правообладателя. Дизайн упаковки был зарегистрирован в качестве товарных знаков

в Корее («», № 40-1224641-00-00, приоритет от 11.01.2016 г., «»,

№ 40-1232944-00-00, приоритет от 22.04.2016 г., «», № 40-1232944-00-00,

приоритет 27.12.2017 г., «», № 45-0018638-00-00, приоритет от 24.03.2006 г. и т.д.), а также в других странах мира. В дальнейшем дизайн регистрировался в качестве товарных знаков по всему миру, в том числе и в Российской Федерации (свидетельство № 366429, приоритет от 25.07.2007, товары 32 класса МКТУ);

- лицо, подавшее возражение, многие годы нарушает исключительные права правообладателя и использует основной элемент дизайнов правообладателя;


- правообладатель оспариваемых товарных знаков, являясь правообладателем исключительных прав на произведение, никогда не давал разрешения лицу, подавшему возражение, на использование своего произведения;



- не может являться коммерческим обозначением противоправно используемый объект чужих исключительных прав;

- первый вариант вывески 2015 г. является объединяющим элементом дизайнов упаковки товаров правообладателя, который использовался им ранее 2014 - 2015 гг.;


- ООО «Мануфактура» не может иметь никаких прав на объект исключительных прав правообладателя;

- правообладателю в Российской Федерации принадлежит серия из 9-ти товарных знаков, зарегистрированных в отношении пива, безалкогольных напитков (32 класс МКТУ) алкогольных напитков (33 класс МКТУ), продуктов питания (30 класс МКТУ) и услуг 35 класса МКТУ, связанных с продвижением и реализацией

товаров: («» по свидетельству № 132627, «**HITE**» по свидетельству

№ 277772, «» по свидетельству № 366429, «» по свидетельству

№ 392421, «**ХАЙТ СТАУТ**» по свидетельству № 392422, «**HITE**» по свидетельству

№ 406247, «» по свидетельству № 697671 и т.д.), объединенных единым

элементом «**HITE**». Элемент «**HITE**» также является значимым элементом фирменного наименования правообладателя и его 100 % дочернего предприятия, которое реализует товары правообладателя на территории Российской Федерации АО «**ХАЙТДЖИНРО-РУСЬ ФУД КО.**»;

- пищевые продукты (еда и напитки) однородны деятельности по организации общественного питания, ресторанам;

- использование произведения правообладателя для индивидуализации ресторана корейской кухни приводит к смешению и порождает у потребителей ошибочные ассоциации относительно принадлежности ресторана правообладателю;

- лицо, подавшее возражение, целенаправленно добивается смешения с целью использования репутации правообладателя;

- правообладатель «**ХАЙТ ДЖИНРО Ко., Лтд.**» - это южнокорейская транснациональная компания по производству напитков, пивоварения и дистилляции, основанная в 1924 году. Пиво «**HITE**» занимало 1-е место по продажам в течение 16 лет подряд (1996-2011 гг.). Пиво поставляется по всему миру.

Например, на протяжении нескольких лет оно являлось продуктом одной из американских футбольных команд;

- продажи пива «НІТЕ» сопровождались масштабной рекламой;
- лицо, подавшее возражение, использует произведение правообладателя для ресторана корейской кухни, то есть услуг, связанных с местом происхождения самого известного пива Кореи - Республикой Кореей;
- посетителями ресторана в подавляющем большинстве являются корейцы из Южной Кореи;
- поскольку правообладатель давно присутствует на российском рынке, то и россияне прекрасно знакомы с этим пивом (сведения из открытых источников приведены);
- в возражении не представлено доказательств известности обозначения для ресторана лица, подавшего возражение, на дату приоритета оспариваемого товарного знака;
- правообладателем приведены замечания в отношении социологического исследования [15] (выборка всего 301 человек, вывеску с изображением демонстрируемого изображения повесили только в 2018 г., корректными можно считать только ответы в отношении 2018 г. (приоритет январь 2019 г.), т.е. всего 26 человек и т.п.);
- действия ООО «Мануфактура» в подаче настоящего возражения являются актом недобросовестной конкуренции и злоупотреблением правом;
- правообладатель обладает исключительными авторскими правами в отношении графического произведения дизайна. Произведение было опубликовано 07.04.2014 г.;
- отсутствие запрета не считается согласием или разрешением;
- использование лицом, подавшим возражение, принадлежащего правообладателю произведения для индивидуализации своего предприятия, является противоправным деянием и правонарушением;
- ресторан в течение многих лет закупает продукцию правообладателя;
- за все годы правообладатель не выражал запретов в какой-либо объективной форме на использование своего произведения;

- из истории пива «HITE» (см. сайт правообладателя) публикация произведения началась на этикетках пива в 2014 г.;
- пиво «HITE» является самым продаваемое пивом под одним брендом в Корее. Пиво поставляется по всему миру;
- утверждение о наличии лицензии является ложным;
- в отзыве приводится ссылка на статью 2017 года «Между севером и югом» (<https://www.cafe-future.ru/>), из которой следует, что «HITE» - это всемирно известный бренд корейского пива;
- ресторан ориентирован на корейцев и людей, так и или иначе интересующихся Кореей;
- произведение «**hite**» не может быть коммерческим обозначением лица, подавшего возражение, не только в силу наличия у компании «ХАЙТ ДЖИНРО Ко., Лтд.» на него авторских прав, но и в силу статьи 1539 Кодекса, поскольку при использовании его данным лицом способно ввести в заблуждение относительно принадлежности предприятия определенному лицу, поскольку сходно до степени смешения с серией товарных знаков компании «ХАЙТ ДЖИНРО Ко., Лтд.», права на которые возникли у компании много ранее, нежели лицо, подавшее возражение, начало свое нарушение;
- охраноспособность оспариваемого товарного знака устанавливается на дату подачи заявки;
- ООО «Мануфактура» отслеживало изменения дизайна упаковки товаров правообладателя и меняла вывеску вслед за изменением дизайна;
- лицо, подавшее возражение, не подтвердило известность коммерческого обозначения для своего ресторана на 25.01.2019 г. на определенной территории;
- правообладатель в отзыве комментирует отдельные представленные доказательства и считает их неотносимыми доказательствами;
- вопрос об установлении прав на результат интеллектуальной деятельности не относится к компетенции Роспатента и должен быть разрешен судом;
- первый вариант вывески также является фрагментом графического дизайна;
- представленные скриншоты не содержат требуемой информации, либо имеются явные противоречия по годам. Так, скриншот как раз зафиксировал манипуляцию с

датами - согласно скриншоту файл был изменен в выставленном требуемом 2014 г., однако создан этот файл был 2018 г.;

- лицо, подавшее возражение, не имеет законного интереса в использовании обозначения «HITE», поскольку использование приводит к нарушению статьи 1539 Кодекса в силу наличия у правообладателя серии товарных знаков, содержащих элемент «HITE» и зарегистрированных для однородных товаров;

- заинтересованность в подаче настоящего возражения у лица, подавшего возражение, отсутствует. Обозначение «**hite**» является не только товарным знаком, но и объектом авторского права;

- ООО «Мануфактура» не имеет никаких прав продолжать использовать объект чужого авторского права;

- признание за рестораном исключительного права на коммерческое обозначение в отношении спорного обозначения приведет к введению в заблуждение потребителей относительно принадлежности предприятия;

- часть документов являются фальсификацией. Пояснения лица, подавшего возражение, содержат ложные сведения;

- документы, которые датированы до даты приоритета, не доказывают известности ресторана и возникновения ассоциаций у потребителей до даты приоритета;

- лицо, подавшее возражение, никогда не вело ресторанной деятельности до даты приоритета оспариваемого знака в предприятии, расположенном по указанному в возражении адресу;

- в целях установления права на коммерческое обозначение аффилированность лиц не учитывается.

В подтверждение своих доводов правообладателем представлены следующие документы:

- распечатка сведений из реестра товарных знаков Республики Корея №№ № 40-1129361-00-00, 45-0018633-00-00, 45-0018638-00-00 (сайт патентного ведомства Кореи <http://kdti.kipris.or.kr/kdti/stfarchLo8ina.do?method-loginTM/.pagel>) – [36];

- статья от 10.04.2014 г. на корейском ресурсе по адресу <http://www.taxtimes.co.kr/news/article.html?no=188814> о том, что состоялась презентация обновленного дизайна логотипа с фотографией мероприятия – [37];

- распечатки из Госреестра в отношении товарных знаков правообладателя №№ 132627, 277772, 366429, 392422, 392421, 406247, 697671, 729765, 785984 – [38];
- заявление об изменении торговой марки для уплаты налогов в Налоговую службу – [39];
- распечатки сайта правообладателя (с автоматическим переводом) включая архив рекламных публикаций – [40];
- распечатки информации из сети Интернет об известности правообладателя и его пива «НІТЕ» в Республике Корея и в мире – [41];
- распечатки информации о лапше «НІТЕ» – [42];
- информация о знакомстве российских потребителей с пивом «НІТЕ» – [43];
- статьи с информацией об использовании произведения для идентификации ресторана с целью использования репутации и известности пива правообладателя – [44];
- отзывы о ресторане лица, подавшего возражение, и о посетителях ресторана корейцах – [45];
- исследование известности пива правообладателя во Владивостоке – [46];
- список зарубежных товарных знаков правообладателя, содержащих элемент «НІТЕ» – [47];
- список товарных знаков Кореи, содержащих элемент «НІТЕ» – [48];
- судебные акты по делу № СИП-275/2020, определение № 300-ЭС25-2343 по делу № СИП-1077/2023 от 06.10.2025 г. – [49];
- распечатки сети Интернет на иностранном языке с переводом на русский в отношении пива «НІТЕ», минеральной воде «НІТЕ», пивоварни «Нью НІТЕ», компании «НІТЕJINRO», сведения о регистрации домена, сведения (документы) о переводчиках, исследование по структуре потребления марок пива за последние 3 месяца – [50];
- распечатка «Закона об авторском праве» с переводом на русский язык – [51].

В свете изложенного правообладатель оспариваемого товарного знака по свидетельству № 724451 просит отказать в удовлетворении поступившего возражения и сохранить его правовую охрану.

Изучив материалы дела и заслушав участников рассмотрения возражения, поступившего 20.05.2024, коллегия установила следующее.

С учетом даты приоритета (25.01.2019) оспариваемого товарного знака по свидетельству № 724451, правовая база для оценки его охраноспособности включает 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, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, рег. № 38572, и введенные в действие 31.08.2015 г. (далее – Правила).

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

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

Согласно пункту 2 статьи 1540 Кодекса исключительное право на коммерческое обозначение прекращается, если правообладатель не использует его непрерывно в течение года.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Оспариваемый товарный знак «**ХАЙТ**» является словесным, выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами русского алфавита. Правовая охрана предоставлена в отношении услуг 43 класса МКТУ *«рестораны; закусовые; услуги ресторанов, оказываемые в рамках франшизы; пабы; кафе; услуги по обеспечению пищевыми продуктами и напитками; рестораны корейской кухни; бары»*. Срок действия регистрации – до 25.01.2029 г.

Коллегия отмечает, что в соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку может быть подано заинтересованным лицом.

Из материалов дела усматривается ведение деятельности лица, подавшего возражение, в области оказания услуг общественного питания, которые соотносятся с услугами 43 класса МКТУ оспариваемого товарного знака, с использованием обозначения «Ните», претендующего на статус коммерческого. Таким образом, лицо, подавшее возражение, является заинтересованным в подаче настоящего возражения в отношении услуг 43 класса МКТУ.

Анализ оспариваемого товарного знака на соответствие требованиям пункта 8 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Согласно материалам возражения, лицо, его подавшее, говорит о возникновении у него прав на коммерческое обозначение «Ните» с 2015 г., которое является фонетически сходным до степени смешения с оспариваемым товарным знаком «Хайт».

С учетом положений пункта 1 статьи 1539 Кодекса необходимо устанавливать, существует ли спорное обозначение, используется ли оно конкретным лицом для индивидуализации конкретного предприятия, с какого момента такое использование началось и продолжается ли его использование. Кроме того, следует устанавливать, обладает ли коммерческое обозначение достаточными различительными признаками и имеются ли соответствующие доказательства приобретения известности коммерческим обозначением на определенной территории. При этом, должна быть установлена вся совокупность условий, предусмотренных названной правовой нормой. В случае недоказанности наличия хотя бы одного из этих условий исключительное право на коммерческое обозначение не может считаться возникшим.

При оценке представленных документов на предмет отнесения исследуемого обозначения к коммерческим обозначениям также необходимо учитывать требования, предъявляемые пунктами 2 статьи 132 Кодекса («Предприятие») и статьей 1538 Кодекса («Коммерческое обозначение»). Предприятие, как единый имущественный комплекс, включает все виды имущества, предназначенные для осуществления его деятельности - земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, продукция, права требования, долги, а также права на фирменное наименование, товарные знаки и знаки обслуживания и другие исключительные права.

Анализ представленных в дело документов показал следующее.

Соглашение о перенайме от 01.06.2016 г. по долгосрочному договору № 1 субаренды от 08.09.2014 г. [4] заключено между ООО «Виконт-1», ООО «ВОСТОЧНЫЙ ЭКСПРЕСС», ООО «ЭКСПРЕСС». Соглашение о перенайме от 01.10.2019 г. по долгосрочному договору № 1 субаренды от 08.09.2014 г. [2] заключено между ООО «Виконт-1», ООО «ЭКСПРЕСС» и лицом, подавшим возражение (фигурирует в качестве нового субарендатора).

В соглашении от 01.03.2022 г. о замене стороны в договоре № 24 аренды недвижимого имущества от 06.01.2002 г. [5] лицо, подавшее возражение, является новым арендатором, а ПАО «Трехгорная мануфактура» является арендодателем.


Согласно договору № 22/03/17 оказания услуг от 22.03.2017 г. [6] ООО «ХАНКС» оказывал услуги ООО «Экспресс» по вывозу растительных жиров и

масел, бывших в употреблении в организации общественного питания по адресу: «г. Москва, ул. 1905 года, 2, с. 1, ресторан «Hite»». Договор № 2/1562 от 01.12.2016 г. [7] касается предоставления охранных услуг ресторану, расположенному по вышеуказанному адресу.

Материалы [32] представляют собой договор страхования от огня и других опасностей имущества промышленных и коммерческих предприятий и частных лиц (№ ИОГ-0008264682 от 07.09.2016 г.).

Договор № 01/12/18 на монтажные работы в ресторане (кафе) от 25.12.2018 г. [8] касается монтажных работ (монтаж металлических коробов, стяжки и т.д.), осуществляемых ООО «СтройАльянс» в указанном ресторане, в соответствии с представленной сметой.

Паспорт безопасности места массового пребывания людей от 2018 г. [9, 16] касается ресторана корейской кухни «Хайт» ООО «Экспресс» с фактическим адресом объекта «г. Москва, ул. 1905 года, 2, с. 1» и основным видом деятельности «деятельность кафе и ресторанов». Наименованием объекта является ресторан корейской кухни «Хайт». Паспорт безопасности места массового пребывания людей от 2022 г. [10] касается ресторана корейской кухни «Hite», принадлежащего лицу, подавшему возражение, и расположенного по адресу «г. Москва, ул. Рочдельская, д. 15, стр. 27», являющегося местом массового пребывания людей.

Начало разработки вывески «Hite» относится к 2014 г. согласно представленному скриншоту рабочего компьютера сотрудника. На скриншоте видны свойства файла и дата изменения – 11.11.2014 г. Далее в 2016 г. вывеска заменялась в соответствии с договором № А05/08/2016 от 05.08.2016 г. [26]. Договор № А05/08/2016 от 05.08.2016 г., акт № 1 к договору № А05/08/2016 от 05.08.2016 г. [26], счета на оплату объемных световых букв «Hite» [25] касаются изготовления рекламных конструкций. В 2017 г. был изменен дизайн вывески (счет от 07.08.2017 г.). Фотография здания с вывеской «Hite» также имеется в паспорте 2018 г. (стр. № 4) [9]: .

Информация с ресурса whois о домене [11] и свидетельство о регистрации доменного имени [12] относятся к доменному имени «hitebbq.com», владельцем которого является лицо, подавшее возражение.

Договор от 01.11.2016 г. [13] заключен ООО «Экспресс» с ООО «Кубик-Медиа» на услуги по музыкально-информационному сопровождению деятельности ресторана «hite» («хайт»). Договор [14] касается размещения рекламы корейского ресторана «Hite» (ресторан «Хайт») в издании «Карта культурного центра Москвы от 11.01.2019 г. Распространение осуществлялось через сеть стендов в отелях города Москвы, через службу ресепшн и консьержей, поименованных в приложении № 2 к указанному договору [14].

Договоры № HJR 2811-1 от 28.11.2016 г., № HJR241019-H1 от 24.10.2019 г. [17] заключены между ООО «Экспресс» и «ХайтДжинро Рус Компани» и касаются поставок различных товаров. Письмо исх. № 21 от 01.03.2022 г. [18] относится к информированию о повышении цен партнеров.

Материалы [19] представляют собой благодарственные письма коллективу корейского ресторана «Hite», ООО «Экспресс», лицу, подавшему возражение.

Ответы на адвокатские запросы [20], на запрос о поставках пива ООО «Рисмафуд» [21] касаются последних поставок и розничной реализации пива «Hite» в 2020 году. В последующее время пиво «Hite» не поставлялось на территорию Российской Федерации.

В ответе Управы Пресненского района от 26.11.2024 г. [22] обозначено, что корейский ресторан «Hite» был внесен в ЕГАИС СИОПР с юридическим лицом ООО «Экспресс» с июня 2016 года по октябрь 2019 года. С октября 2019 года по настоящее время указанный ресторан включен в базу ЕГАИС СИОПР с юридическим лицом – ООО «Мануфактура».

Статьи «Яндекс. Дзен и ресторане «Hite»» от 28.11.2020 г., «Рестораны корейской кухни с грилем» от 22.12.2023 г. [23], фотографии пользователей в сети Интернет до 25.01.2019 г. и опубликованные на сервисе «Яндекс. Карты», «Google. Карты» [24] свидетельствуют о том, что потребителям известен данный ресторан.

Адреса «г. Москва, ул. 1905 года, 2, с. 1» и «г. Москва, ул. Рочдельская, д. 15, стр. 27» определяют одно и то же здание на карте Москвы. Два адреса соответствует одному зданию и помещению, о чем свидетельствуют письма от 18.06.2025 г. № 208 от арендодателя помещения «Трехгорной Мануфактуры», где указано оба адреса: «в течение всего срока аренды с 2014 г. на фасаде здания по адресу: «г. Москва, ул.

Рочдельская д. 15 стр. 27» («ул. 1905 года д. 2 стр. 1») размещалась и продолжает размещаться вывеска ресторана с наименованием бренда «Hite», демонтаж вывески не производился». Юридический адрес лица, подавшего возражение - это «г. Москва, ул. Рочдельская д. 15, стр. 27». Особенности географического расположения и навигации по территории «Трехгорной Мануфактуры» таковы, что юридический адрес ведет ко входу для персонала ресторана. Вход для посетителей (парадный вход), с которого видна вывеска «Hite», находится по карте как «г. Москва, ул. 1905 года, 2с1».

Акт осмотра имущества от 01.09.2016 г. [31] относится к ресторану «Hite», расположенному по адресу «г. Москва, ул. 1905 года, 2с1». К имуществу, заявленному на страхование, относятся здание, помещение (конструктивные элементы, внутренняя отделка, инженерное оборудование).

В материалы дела также был представлен проект размещения сезонного (летнего) кафе при стационарном предприятии общественного питания [27]. Летнее кафе размещается регулярно, о чем свидетельствует также письмо от Управы Пресненского района города Москвы о включении сезонного (летнего) кафе на период 01.04.2018 – 31.10.2018 гг. [28]. В этом же письме зафиксировано, что по указанному адресу («г. Москва, ул. 1905 года, д. 2») числится летняя веранда общей площадью 25 кв.м. То есть с момента составления документации в 2016 г. от Главного архитектурно-планировочного управления сезонное (летнее) по указанному адресу открывалось регулярно.

Собственник помещения «Трехгорная Мануфактура» в письме от 18.06.2025 г. [29] сообщает следующее: 1) в помещении, расположенном по адресу: «г. Москва, ул. Рочдельская д.15 стр. 27» («ул. 1905 года, д. 2, стр. 1») в период с 2014 года и по настоящее время осуществляет непрерывную коммерческую деятельность корейский ресторан «Hite»; 2) в течение всего срока аренды с 2014 года на фасаде здания по адресу: «г. Москва, ул. Рочдельская д.15, стр. 27» («ул. 1905 года д. 2 стр. 1») размещалась и продолжает размещаться вывеска ресторана с наименованием бренда «Hite», демонтаж вывески не производился.

Лицо, подавшее возражение, получило письмо от Управы Пресненского района г. Москвы от 11.06.2025 г. [30] с подтверждением о наличии на фасаде здания

вывески ресторана «НІТЕ» с 2014 года: в помещении, расположенном по адресу: «г. Москва, ул. Рочдельская, д 15, стр. 72» («ул. 1905 года дом 2 стр.1»), в период с 2014 г. по настоящее время, действительно, функционирует корейский ресторан под наименованием «Ніте». В письме также подтверждено, что на фасаде здания по указанному адресу на протяжении всего указанного периода размещена вывеска с обозначением бренда «Ніте», выполненная в установленном порядке. По имеющейся в управе района информации, демонтаж или снятие данной вывески на протяжении 2014- 2025 гг. не производились.

Материалы [34, 35] свидетельствуют об аффилированности ООО «Восточный Экспресс», ООО «Экспресс», ООО «Мануфактура» и Ооржак Ч.А., Ооржак А.А.

Услуги ресторанов напрямую соотносятся с услугами 43 класса МКТУ оспариваемого товарного знака. Так, сравниваемые услуги соотносятся как род / вид, имеют одинаковое назначение, условия реализации и круг потребителей.

Таким образом, использование спорного обозначения привело к наличию у ООО «Экспресс» права на коммерческое обозначение, которое стало известным в пределах определенной территории, что отвечает требованиям, предъявляемым статьями 1538 Кодекса («Коммерческое обозначение»), 1539 Кодекса («Исключительное право на коммерческое обозначение»).

В материалы дела представлен договор о купле-продаже № 2 от 01.10.2019 г. [3], который заключен между ООО «Экспресс» и лицом, подавшим возражение, и касается передачи имущества, информации о клиентах и контрагентах, которые составляют бизнес продавца в сфере общественного питания (ресторан «Ніте»). В договоре [3] оговорено, что к передаваемому имуществу относятся оборудование, мебель, сырье и иные материалы, имущественные права, в том числе исключительное право на коммерческое обозначение «Ніте», фотографии меню, рецепты и т.д. Акт приема-передачи имущества [33] составлен во исполнение договора о купле-продаже № 2 от 01.10.2019 г. [3] и свидетельствует об исполнении обязательств.


Оспариваемый товарный знак, представляя собой словесное обозначение «ХАЙТ», сходен фонетически до степени смешения с исследуемым выше коммерческим обозначением «Ніте» и обладает более поздним приоритетом.

Следовательно, у коллегии есть основания полагать, что лицо, подавшее возражение, обладает «старшим» правом на коммерческое обозначение и довод лица, подавшего возражение, о несоответствии оспариваемого товарного знака нормам, установленным пунктом 8 статьи 1483 Кодекса, является доказанным.

Отчет АНО «Левада центр» по результатам исследования: «Уровень известности и опыт посещения заведения общественного питания (ресторана) под обозначением **hite**» среди московских потребителей» [15] не отвечает существующим методологическим подходам. Так, данное исследование не содержит ретроспективных данных, количество опрошенных является нерелевантным (всего 301 респондент). География исследования – только Москва, в то время как иные города охвачены не были. При этом 48 % опрошенных заявили о том, что им знаком ресторан под исследуемым обозначением, тогда как 44 % респондентов заявили об обратном, то есть они видели данное обозначение в первый раз. Указанные показатели являются почти одинаковыми и не могут свидетельствовать об известности ресторана «Hite».

Доводы и материалы [36-48, 50] отзыва не опровергают вышеизложенные выводы коллегии. Доводы об авторских правах в отношении графического



произведения дизайна «», а также регистраций товарных знаков на территории Кореи, товарных знаков с элементом «HITE», зарегистрированных в Российской Федерации в отношении товаров 30, 32, 33 классов МКТУ, а также сведения о пиве и продукции «HITE» не опровергают требования пункта 8 статьи 1483 Кодекса.

Каких-либо фактических сведений о том, что правообладатель ведет деятельность в отношении услуг 43 класса МКТУ ресторанного бизнеса, либо иных услуг общественного питания, в материалах административного дела не имеется.

Судебные акты [49] не имеют преюдициального значения для рассмотрения настоящего спора.

Оценка достоверности и фальсификации имеющихся в деле документов административным порядком рассмотрения возражений в палате по патентным спорам не предусмотрена. Оценка действий сторон спора в части недобросовестной

конкуренции и злоупотребления гражданскими правами не входит в компетенцию Федеральной службы по интеллектуальной собственности. Согласно пункту 5 статьи 10 Кодекса добросовестность участников гражданских правоотношений и разумность их действий предполагаются. Коллегия исходит из добросовестности участников гражданских взаимоотношений (пункт 5 статьи 10 «Пределы осуществления гражданских прав» Кодекса).

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

удовлетворить возражение, поступившее 20.05.2024, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 724451 недействительным полностью.