Приложение
к решению Федеральной службы
по интеллектуальной собственности

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

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, зарегистрированными в Министерстве юстиции Российской Федерации 25.08.2020 за №59454, вступившими в силу 06.09.2020 (далее – Правила ППС), рассмотрела возражение, поступившее 08.10.2025, поданное компанией «HUGO BOSS AG», Германия (далее – лицо, подавшее возражение, «HUGO BOSS», «Хуго Босс АГ»), против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1015987, при этом установлено следующее.

Оспариваемый товарный знак «UGO» по заявке №2023755167 с приоритетом от 23.06.2023 зарегистрирован 17.04.2024 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее - Госреестр) за №1015987 в отношении товаров 18 класса МКТУ, указанных в перечне свидетельства. Правообладателем товарного знака является Царева Ксения Сергеевна, 172201, Тверская обл., Селижаровский р-н, д. Языково (далее - правообладатель).

В федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности 08.10.2025 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 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Доводы возражения, а также дополнения к нему, сводятся к следующему:

- лицо, подавшее возражение, является одним из самых знаменитых домов моды, производителем классических линий одежды, аксессуаров и парфюмерии;

- в возражении представлена информация о широкой известности товарного знака «BOSS» компании «HUGO BOSS» как в России, так и за рубежом, выпуске

одежды, производственных мощностях, о поставке продукции и выручке с продаж, о сотрудничестве с интернет-магазинами и официальными дилерами продукции, о наличии ряда национальных и международных регистраций товарных знаков, содержащих словесный элемент «BOSS», сведения о рекламе товаров и экспонировании их на выставках;

- таким образом, представленная информация позволяет утверждать, что продукция высокого качества под обозначением «BOSS» приобрела известность и ассоциируется с компанией «HUGO BOSS», которая в течение длительного периода завоевала деловую репутацию;

- с учетом изложенного, лицо, подавшее возражение, показало свою заинтересованность в признании недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1015987;

- оспариваемый товарный знак является сходным до степени смешения с товарными знаками «HUGO», «HUGO», «HUGO HUGO BOSS» по международным регистрациям №№720615, 1656021, 771889, в отношении однородных товаров 18 класса МКТУ;

- сходство обозначений обусловлено фонетическим вхождением элемента «UGO» в товарные знаки «HUGO», сравниваемые обозначения состоят из двух слогов, ударение в обозначениях падает на первый слог;

- при анализе графического критерия оспариваемый товарный знак и противопоставленные знаки выполнены буквами одинакового (латинского) алфавита, при этом часть «UGO» совпадает во всех элементах;

- слово «UGO» является лексической единицей итальянского языка, а именно, именем собственным, образованным от немецкого имени собственного «HUGO», немецкие корни имени происходят от слова «hug», которое переводится как «разум», «сердце» или «дух»;

- учитывая возможность сопоставления элементов сравниваемых обозначений, являющихся именами собственными, в силу их смыслового значения, они являются сходными по семантическому критерию;

- товары 18 класса МКТУ, указанные в перечнях регистраций №№ 720615, 1656021, 771889 являются однородными товарам вышеуказанного класса перечня

регистрации № 1015987 по основному признаку однородности, а именно соотносятся между собой как категории род-вид;

- регистрация товарного знака по свидетельству №1015987 направлена на получение необоснованного преимущества за счет использования сложившейся деловой репутации известного бренда «HUGO/HUGO BOSS» и создает угрозу возникновения ложных ассоциаций в сознании потребителя относительно товара и его изготовителя, что противоречит честным обычаям в промышленности и торговых делах и нарушает требования статьи 10bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности;

- исключительное право лица, подавшего возражение, на товарные знаки серии «HUGO» в отношении товаров 18 класса МКТУ в стране происхождения удостоверено, в том числе свидетельствами Германии № 39870758 от 18 марта 1999 года, № 2036129 от 12 мая 1993 года; Евросоюза №000049270 от 06.08.2002 и №017878169 от 16.10.2018;

- таким образом, обозначение «HUGO» неразрывно связано с историей компании «HUGO BOSS» и производимой ею продукцией;

- регистрация товарного знака по свидетельству № 1015987 в отношении всех товаров 18 класса МКТУ противоречит положениям подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса ввиду способности ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя ввиду сходства с вышеуказанной серией противопоставленных товарных знаков компании «HUGO BOSS»;

- спорный товарный знак способен вызвать в сознании потребителей ассоциации, связанные с конкретным предприятием, компанией «HUGO BOSS AG», функционирующим с 1924 года и обладающим определенной репутацией, обусловленной высоким качеством товаров и услуг;

- известность товарных знаков серии «BOSS» компании «HUGO BOSS» и маркируемой ими продукции (одежда, обувь, аксессуары, сумки и т.д.) подтверждается многочисленными представленными документами, в том числе ссылками на русскоязычные сайты сети Интернет, объемами продаж, официальными финансовыми документами;

- лицо, подавшее возражение, производит и реализует на рынке Российской Федерации следующие товары, относящиеся к 18 классу МКТУ «сумки, поясные

сумки, сумки через плечо, рюкзаки, сумки-репортеры, папки для документов, несессеры, наплечные сумки, маленькие сумки и клатчи, брифы, кошельки, кошельки с застежкой молния, визитницы, папки-конверты на молнии, бумажники, клатчи, повседневные ремни, ремни костюмные, сумки шопперы, сумки для переноски, сумки-тоут, сумки-корзины, сумки-кошельки, кошельки тройного сложения, кошельки для карт и монет, картхолдеры, сумки хобо, подседельные сумки, сумки для стирки, рюкзаки женские, рюкзаки мужские, поясные сумки мужские, папки для документов на молнии, чемоданы, мелкие изделия кожгалантереи, несессеры, косметички», о чем свидетельствуют представленные к материалам дела финансовые документы;

- лицо, подавшее возражение, просит принять во внимание, что Суд по интеллектуальным правам и поддержавший его президиум Суда по интеллектуальным правам в деле № СИП-1315/2024 признали, что товарный знак «HUGO BOSS», включающий элемент «HUGO» является широко известным, что обусловлено длительным присутствием на рынке таких товаров, как одежда, обувь, парфюмерия и аксессуары (например, очки солнцезащитные), следовательно, учитывая данные обстоятельства, однородность сравниваемых товаров должна рассматриваться шире, чтобы не ущемить репутацию компании «Хуго Босс АГ» на российском рынке, а также ввести потребителя в заблуждение относительно производителя товаров.

На основании изложенного лицо, подавшее возражение, просит удовлетворить возражение и признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству № 1015987 недействительным полностью.

К возражению приложены следующие материалы:

1. Распечатка из реестра товарных знаков и знаков обслуживания с информацией касательно товарного знака «UGO» по свидетельству №1015987.

2. Распечатка с сайтов сети Интернет https://gudmoda.ru/; https://tom6.ru/istoriya-brendov-odezhdy/istoriya-brenda-hugo-boss/ с информацией об истории бренда «Хуго Босс АГ».

3. Распечатка с сайта сети Интернет https://vipavenue.ru/ с информацией о коллекции одежды «Хуго Босс АГ»;

4. Распечатка с сайтов сети Интернет https://dzen.ru/; https://www.rbc.ru/ с информацией о финансовых показателях компании «Хуго Босс АГ» в 2022 и 2023 годах;

5. Распечатка с сайта сети Интернет https://www.retail.ru/ с информацией о финансовых показателях компании «Хуго Босс АГ» в 2025 году.

6. Распечатки с сайтов сети Интернет https://www.hcmoda.ru/; https://stockmann.ru/; https://stockmann.ru/; https://www.tsum.ru/; https://www.tsum.ru/, подтверждающие продажу товаров компании «Хуго Босс АГ» брендов «BOSS» и «HUGO» посредством интернет-магазинов ХЦ Мода, СТОКМАНН и ЦУМ.

7. Распечатка с сайта сети Интернет https://www.lamoda.ru/, подтверждающие продажу товаров компании «Хуго Босс АГ» брендов «BOSS» и «HUGO» посредством интернет-магазина «LAMODA».

8. Распечатки с сайтов сети Интернет https://khalikov-tailors.ru/brands/hugo/?ysclid=mf2e74cnqb129188735; https://vk.com/wall- 98522582 12790?ysclid=mf2ef7f8b989118442; https://sportcourt.ru/news/?id=1890 с информацией об истории бренда «ХУГО».

9. Распечатка с сайта сети Интернет https://hypebeast.com/2023/9/boss-spring-summer-2024-womenswear-menswear-milan-fashion-week-runway с информацией об участии компании «Хуго Босс АГ» в международных выставках 2023-2024 с выборочным переводом на русский язык.

10. Распечатки с сайтов сети Интернет https://www.guggenheim.org/; https://kendam.com/ с информацией о спонсорской поддержке музея «GUGGENHEIM» компанией «Хуго Босс АГ» с выборочным переводом на русский язык.

11. Распечатка с официального сайта компании «Хуго Босс АГ» https://www.hugoboss.com/ с информацией о товарах и услугах «Хуго Босс».

12. Распечатка с сайта wipo.int с информацией о международных регистрациях товарных знаков компании «Хуго Босс АГ».

13. Распечатки с сайтов tmdn.org и euipo.europa.eu с информацией о национальных регистрациях компании «Хуго Босс АГ».

14. Распечатки с сайтов https://www.ozon.ru/; https://irecommend.ru/; https://dzen.ru/; https://hugo-online.ru/ с информацией о товарах компании «Хуго Босс АГ».

15. Информация из онлайн энциклопедии wikipedia.org касательно происхождения имени «UGO».

16. Таблица с информацией о фактических объёмах продаж одежды, обуви, аксессуаров и сумок бренда «Хуго» компании «Хуго Босс АГ».

17. Счета, подтверждающие реализацию продукции бренда «HUGO» в Российской Федерации.

18. Распечатки с сайтов сети Интернет https://outlet.tsum.ru/; https://stockmann.ru https://vipavenue.ru/; https://www.tsum.ru/; https://yandex.ru/; https://www.lamoda.ru/, подтверждающие известность товарных знаков серии «HUGO» компании «Хуго Босс АГ».

19. Решение об отказе в государственной регистрации товарного знака «HUKAGO» по заявке № 2022749994.

20. Решение Суда по интеллектуальным правам по делу № СИП-658/2021.

21. Счета компании «Хуго Босс АГ», подтверждающие факт реализации товаров 18 класса МКТУ в России.

22. Решение от 09.12.2025 по делу № СИП-1315/2024.

Правообладатель, уведомленный в установленном порядке о поступившем возражении, отзыв по мотивам возражения не представил и на заседаниях коллегий отсутствовал.

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

С учетом даты (23.06.2023) приоритета товарного знака по свидетельству №1015987 правовая база для оценки его охраноспособности включает вышеуказанный 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 подпунктом 2 пункта 6 статьи 1483 Кодекса не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или

сходные до степени смешения с товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет.

В соответствии с пунктом 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.

Исходя из положений пункта 42 Правил сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно 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. 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. Смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

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

В соответствии с пунктом 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).

Согласно положению пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается регистрация в качестве товарного знака обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Согласно пункту 37 Правил при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара либо 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 1513 Кодекса возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку могут быть поданы заинтересованным лицом.

По мнению лица, подавшего возражение, принадлежащая ему серия товарных знаков со словесными элементами «BOSS» и «BOSS HUGO BOSS» в отношении однородных товаров 18 класса МКТУ, является сходной до степени смешения с оспариваемым товарным знаком по свидетельству №1015987.

Кроме того, представленные с возражением материалы позволяют говорить о том, что продукция, маркированная словесными элементами «BOSS» и «BOSS HUGO BOSS», за продолжительное время существования на рынке приобрела известность и узнаваемость среди потребителей и ассоциируется только с компанией «HUGO BOSS AG». В этой связи оспариваемая регистрация №1015987 способна ввести

потребителя в заблуждение относительно производителя товаров и лица, производящего товары.

На основании изложенного, лицо, подавшее возражение, следует признать заинтересованным в подаче настоящего возражения по основаниям, предусмотренным пунктами 3 и 6 статьи 1483 Кодекса.

Оспариваемый товарный знак по свидетельству №1015987 представляет собой словесное обозначение «UGO», выполненное заглавными буквами латинского алфавита стандартным шрифтом. Правовая охрана товарному знаку предоставлена в отношении товаров 18 класса МКТУ.

Анализ оспариваемого товарного знака на соответствие требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса показал следующее.

Противопоставленные товарные знаки по международным регистрациям №№720615, 1656021 представляют собой комбинированные обозначения «

», «

», содержащие прямоугольники красного цвета, на фоне которых расположены словесные элементы «HUGO», выполненные заглавными буквами латинского алфавита черным цветом жирным шрифтом. Правовая охрана товарным знакам на территории Российской Федерации предоставлена, в том числе в отношении товаров 18 класса МКТУ.

Противопоставленный товарный знак по международной регистрации №771889 представляет собой словесное обозначение «HUGO BOSS», включающее доминирующее слово «HUGO», выполненное жирным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита, занимающее большую часть обозначения, под которым расположены словесные элементы «HUGO BOSS», выполненные заглавными буквами латинского алфавита, шрифтом более мелким по отношению к слову «HUGO». Правовая охрана товарному знаку на территории Российской Федерации предоставлена, в том числе в отношении товаров 18 класса МКТУ.

Следует отметить, что в противопоставленных товарных знаках, образующих серию товарных знаков одного правообладателя (компании «HUGO BOSS AG»), основным индивидуализирующим элементом является словесный элемент «HUGO», поскольку при восприятии обозначений именно на него в первую очередь обращает

внимание потребитель.

Сопоставительный анализ на тождество и сходство оспариваемого товарного знака с противопоставленными товарными знаками показал, что они являются фонетически сходными за счет полного фонетического вхождения слова «UGO» оспариваемого товарного знака в состав словесного элемента «HUGO» противопоставленных товарных знаков.

Словесный элемент «UGO» оспариваемого товарного знака отсутствует в качестве лексической единицы какого-либо языка, является фантазийным словом, следовательно, не представляется возможным провести сопоставительный анализ сравниваемых обозначений по семантическому критерию сходства, в силу чего именно фонетика индивидуализирующих словесных элементов обозначений выступает в качестве основного критерия при их восприятии.

По графическому критерию сходства сравниваемые обозначения являются сходными, поскольку словесные элементы выполнены буквами латинского алфавита. Вместе с тем оспариваемый товарный знак и противопоставленный товарный знак по международной регистрации №771889 являются словесными выполнены без какой-либо графической проработки, в связи с чем визуальный критерий, в данном случае, не является определяющим.

Резюмируя вышеизложенное, коллегия пришла к выводу, что сравниваемые обозначения производят сходное общее впечатление и, несмотря на отдельные отличия, ассоциируются друг с другом, что позволяет сделать заключение об их сходстве.

Анализ перечней сравниваемых обозначений показал следующее.

Оспариваемые товары 18 класса МКТУ «альпенштоки; бирки багажные; бирки пришивные для одежды кожаные; бирки самоклеющиеся для сумок кожаные; бумажники; визитницы; вожжи для поддерживания детей при ходьбе; гамаки-перевязи для ношения младенцев; держатели для кредитных карт [бумажники]; диспенсеры пакетов для собачьих отходов, приспособленные для ношения на поводке; замша, за исключением используемой для чистки; зонты; зонты солнечные; каркасы для дождевых или солнечных зонтов; каркасы для сумок [конструктивные части сумок]; картодержатели [бумажники]; кейсы из кожи или кожкартона; клапаны

кожаные; кожа веганская; кожа искусственная; кожа искусственная на основе мицелия; кожа необработанная или частично обработанная; кожкартон; кожухи для рессор кожаные; кольца для зонтов; коробки для шляп кожаные; коробки из вулканизированной фибры; коробки из кожи или кожкартона; кошельки; кошельки из металлических колечек; крупоны [части шкур]; кубики компрессионные для багажа; мешки [конверты, сумки] кожаные для упаковки; молескин [имитация кожи]; наборы дорожные [кожгалантерея]; несессеры для туалетных принадлежностей незаполненные; обивка мебельная из кожи; одежда для домашних животных; одеяла для животных; органайзеры для багажа; органайзеры для чемоданов; отделка кожаная для мебели; палки для альпинизма; палки для пеших прогулок; папки деловые; папки для нот; перевязи для ношения младенцев; пленка газонепроницаемая из кишок животных; поводки кожаные; подпруги кожаные; полотна кожаные; портмоне; портпледы; портупеи кожаные; портфели [кожгалантерея]; пушнина; рамки кошельков для монет [конструктивные части кошельков для монет]; рандосеру [японский школьный ранец]; ранцы; ремешки кожаные; ремни для военного снаряжения; ремни для конской сбруи; ремни для коньков; ремни кожаные [изделия шорные]; ремни подбородочные кожаные; ремни стременные; ручки для зонтов; ручки для тростей; ручки для чемоданов; ручки-держатели для переноски хозяйственных сумок и пакетов; рюкзаки; рюкзаки для переноски младенцев; саквояжи; седла для лошадей; сетки хозяйственные; спицы для дождевых или солнечных зонтов; сумки; сумки для альпинистов; сумки для инструментов пустые; сумки для одежды дорожные; сумки для туалетных принадлежностей, незаполненные; сумки женские; сумки пляжные; сумки седельные; сумки спортивные; сумки туристские; сумки хозяйственные многоразовые; сумки хозяйственные на колесах; сумки школьные; сумки-кенгуру для ношения детей; сундуки дорожные; сундуки дорожные [багажные]; торбы [мешки для кормов]; трости; трости для зонтов; трости складные, преобразуемые в сиденья; тфилин [филактерии]; футляры для ключей; чемоданы; чемоданы моторизированные; чемоданы на колесах; чемоданы плоские; чемоданы плоские для документов; чехлы для дождевых зонтов; шевро; шкуры выделанные; шкуры животных; шкуры крупного рогатого скота; шнуры кожаные; этикетки кожаные; ягдташи [охотничьи аксессуары]; ящики из вулканизированной фибры» являются однородными товарам 18 класса МКТУ «кожа и искусственная

кожа, изделия из этих материалов, не относящиеся к другим классам; сундуки и чемоданы; сумки; зонты, солнцезащитные зонты» противопоставленных товарных знаков по международным регистрациям №№720615, 1656021, товарам 18 класса МКТУ «кожа и ее имитации, а также изделия из этих материалов (включенные в данный класс), а именно: дорожные и повседневные сумки, портфели, пляжные сумки, кошельки, сумки для покупок, кожаные чехлы для пружин, изделия из шкур (меха), меховые пледы, портмоне, дорожные сумки, ручки для чемоданов, дамские сумки, поясные сумки, футляры для карточек (кожаные изделия), чехлы для одежды (дорожные), не укомплектованные косметички (несессеры), футляры для кредитных карт, сумки для туалетных принадлежностей, косметички (пустые), кожаные ремни, шкуры животных, ручки для зонтов, дорожные наборы, рюкзаки, ключницы, ранцы, спортивные сумки, кожаные мешки (футляры, кисеты) для упаковки; сундуки и дорожные сумки; сумки; зонты от дождя и солнца; багаж, сумки, кошельки и сумки для переноски вещей» противопоставленного товарного знака по международной регистрации №771889, поскольку сравниваемые товары объединены родовыми понятиями «кожа животных и ее заменители, изделия различного назначения из кожи и кожзаменителей, зонты, изделия для хранения и переноски различных предметов, изделиям для передвижения», следовательно, они соотносятся между собой как род-вид, имеют одно назначение, круг потребителей.

Оспариваемые товары 18 класса МКТУ «вальтрапы; вожжи; гарнитуры сбруйные; детали для стремян резиновые; изделия шорно-седельные; кнуты; коврики для верховой езды; крепления для седел; ленчики седел; наколенники для лошадей; намордники; недоуздки для лошадей; ошейники для животных; плетки многохвостые; подкладки мягкие под седла для верховой езды; подковы; попоны для лошадей; постромки [конская сбруя]; стремена; трензели для конской сбруи; удила [сбруя конская]; уздечки [конская сбруя]; упряжь для животных; хомуты для лошадей; чехлы на седла для лошади; шоры [сбруя конская]» относятся к изделиям для животных и снаряжениям конским, в том числе изделиям шорно-седельным и конской упряжи, в силу чего их никоим образом нельзя признать однородными с товарами 18 класса МКТУ противопоставленных товарных знаков, относящимся к изделиям различного назначения из кожи, кожзаменителя, изделиям для передвижения, хранения и переноски различных предметов, поскольку они имеют разное назначение, условия

реализации и круг потребителей.

С учетом вышеизложенного, коллегия пришла к выводу о высокой степени однородности части вышеуказанных сопоставляемых товаров 18 класса МКТУ, которые могут быть перепутаны на российском рынке среди их потребителей, поскольку данные товары относятся к товарам широкого потребления и являются предметами первой необходимости для жизнедеятельности каждого человека. В этой связи при восприятии сопоставляемых обозначений у потребителя могут возникнуть ассоциации об их принадлежности одному и тому производителю, что приведет к дезориентации потребителей на рынке товаров. Данная позиция коррелируется с пунктом 162 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 №10.

Таким образом, проведенный анализ показал, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №1015987 сходен до степени смешения с серией противопоставленных товарных знаков в отношении вышеуказанной части однородных товаров 18 класса МКТУ.

С учетом изложенного, коллегией сделан вывод о том, что оспариваемый товарный знак в отношении части вышеприведенных товаров 18 класса МКТУ не соответствует требованиям пункта 6 статьи 1483 Кодекса.

Относительно доводов возражения о том, что спорный товарный знак по свидетельству №1015987 способен ввести потребителя в заблуждение относительно товаров и его изготовителя, коллегия указывает следующее.

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, что оспариваемый товарный знак, используемый при маркировке товаров 18 класса МКТУ, ассоциировался у потребителей с лицом, подавшим возражение.

Сам по себе оспариваемый товарный знак «UGO», в силу отсутствия семантики, не способен ввести потребителя в заблуждение относительно товаров и его изготовителя.

Анализ представленных с возражением документов [2-14, 16-18, 21] показал, что под обозначением «HUGO», «HUGO BOSS» крупнейшей в мире компанией «HUGO BOSS AG» производятся и продаются товары, относящиеся к одежде, обуви, рюкзакам, сумкам, папкам для документов, ремням и т.д. Данная продукция лица, подавшего возражение, известна и узнаваема среди российских потребителей.

Вместе с тем в подтверждение факта введения потребителя в заблуждение относительно товаров и его изготовителя, лицом, подавшим возражение, были представлены распечатки из сети Интернет, декларативная справка об объемах продаж, счета и т.д.

Проанализировав данные документы, коллегия считает их недостаточными для того, чтобы сделать вывод о том, что товары, маркированные обозначением «HUGO», «HUGO BOSS», будут спутаны на российском рынке с товарами, сопровождаемыми обозначением «UGO», поскольку лицом, подавшим возражение, не представлены сведения о деятельности компании «HUGO BOSS AG» на территории Российской Федерации, территории распространения товаров под обозначением «HUGO», «HUGO BOSS», объемах продаж, участиях в выставках и т.д. Отсутствуют какие-либо сведения о проведении лицом, подавшим возражение, рекламных кампаний и размещениях им рекламы в средствах массовой информации на территории Российской Федерации. К материалам дела не представлены также какие-либо социологические исследования, доказывающие о введении потребителей в заблуждение относительно сравниваемых обозначений.

Кроме того, представленные распечатки из сети Интернет о продажах товаров «HUGO», «HUGO BOSS» носят исключительно рекламный характер, не могут быть соотнесены с лицом, подавшим возражение, и не являются подтверждением фактической реализации товаров на российском рынке.

В представленных счетах отсутствуют указания на обозначения, маркированные «HUGO», «HUGO BOSS», ввиду чего коллегией не представляется возможным установить, какое количество товаров было реализовано и приобретено потребителями, и за какой период времени. Ввиду отсутствия в материалах дела достаточных документальных доказательств, коллегия не может прийти к выводу о приобретении обозначениями лица, подавшего возражение, широкой известности на территории Российской Федерации и популярности в глазах потребителей в течение

длительного периода времени до даты приоритета оспариваемой регистрации товарного знака № 1015987 для того, чтобы утверждать, что спорный товарный знак способен ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя.

Таким образом, возражение не содержит документальных данных о том, что при восприятии оспариваемого товарного знака у российского потребителя возникает устойчивая ассоциативная связь между обозначениями «HUGO», «HUGO BOSS» и лицом, подавшим возражение.

Учитывая изложенные выше обстоятельства, коллегия не усматривает какие-либо основания для признания оспариваемого товарного знака способным ввести в заблуждение потребителя относительно товаров или лица, производящего эти товары, то есть не соответствующим требованиям пункта 3 статьи 1483 Кодекса.

Приведенные сведения [19, 20, 22] не относятся к существу рассматриваемого спора, в связи с чем данные материалы не могут быть учтены при рассмотрении настоящего возражения.

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

удовлетворить возражение, поступившее 08.10.2025, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №1015987 недействительным в отношении товаров 18 класса МКТУ «альпенштоки; бирки багажные; бирки пришивные для одежды кожаные; бирки самоклеющиеся для сумок кожаные; бумажники; визитницы; вожжи для поддерживания детей при ходьбе; гамаки-перевязи для ношения младенцев; держатели для кредитных карт [бумажники]; диспенсеры пакетов для собачьих отходов, приспособленные для ношения на поводке; замша, за исключением используемой для чистки; зонты; зонты солнечные; каркасы для дождевых или солнечных зонтов; каркасы для сумок [конструктивные части сумок]; картодержатели [бумажники]; кейсы из кожи или кожкартона; клапаны кожаные; кожа веганская; кожа искусственная; кожа искусственная на основе мицелия; кожа необработанная или частично обработанная; кожкартон; кожухи для рессор кожаные; кольца для зонтов; коробки для шляп кожаные; коробки из

вулканизированной фибры; коробки из кожи или кожкартона; кошельки; кошельки из металлических колечек; крупоны [части шкур]; кубики компрессионные для багажа; мешки [конверты, сумки] кожаные для упаковки; молескин [имитация кожи]; наборы дорожные [кожгалантерея]; несессеры для туалетных принадлежностей незаполненные; обивка мебельная из кожи; одежда для домашних животных; одеяла для животных; органайзеры для багажа; органайзеры для чемоданов; отделка кожаная для мебели; палки для альпинизма; палки для пеших прогулок; папки деловые; папки для нот; перевязи для ношения младенцев; пленка газонепроницаемая из кишок животных; поводки кожаные; подпруги кожаные; полотна кожаные; портмоне; портпледы; портупеи кожаные; портфели [кожгалантерея]; пушнина; рамки кошельков для монет [конструктивные части кошельков для монет]; рандосеру [японский школьный ранец]; ранцы; ремешки кожаные; ремни для военного снаряжения; ремни для конской сбруи; ремни для коньков; ремни кожаные [изделия шорные]; ремни подбородочные кожаные; ремни стременные; ручки для зонтов; ручки для тростей; ручки для чемоданов; ручки-держатели для переноски хозяйственных сумок и пакетов; рюкзаки; рюкзаки для переноски младенцев; саквояжи; седла для лошадей; сетки хозяйственные; спицы для дождевых или солнечных зонтов; сумки; сумки для альпинистов; сумки для инструментов пустые; сумки для одежды дорожные; сумки для туалетных принадлежностей, незаполненные; сумки женские; сумки пляжные; сумки седельные; сумки спортивные; сумки туристские; сумки хозяйственные многоразовые; сумки хозяйственные на колесах; сумки школьные; сумки-кенгуру для ношения детей; сундуки дорожные; сундуки дорожные [багажные]; торбы [мешки для кормов]; трости; трости для зонтов; трости складные, преобразуемые в сиденья; тфилин [филактерии]; футляры для ключей; чемоданы; чемоданы моторизированные; чемоданы на колесах; чемоданы плоские; чемоданы плоские для документов; чехлы для дождевых зонтов; шевро; шкуры выделанные; шкуры животных; шкуры крупного рогатого скота; шнуры кожаные; этикетки кожаные; ягдташи [охотничьи аксессуары]; ящики из вулканизированной фибры».