



СУД ПО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ ПРАВАМ

Огородный проезд, д. 5 стр. 2, Москва, 127254

<http://ipc.arbitr.ru>

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

Москва

16 июля 2018 года

Дело № А33-25467/2016

Резолютивная часть постановления объявлена 10 июля 2018 года.

Полный текст постановления изготовлен 16 июля 2018 года.

Суд по интеллектуальным правам в составе:

председательствующего Васильевой Т.В.,

судей Кручининой Н.А., Погадаева Н.Н.,

рассмотрел в судебном заседании кассационную жалобу индивидуального

предпринимателя Пузырева Михаила Анатольевича на решение

Арбитражного суда Красноярского края от 20.12.2017 (судья

Горбатов А.А.) по делу № А33-25467/2016 и постановление Третьего

арбитражного апелляционного суда от 27.02.2018 (судьи Петровская О.В.,

Бабенко А.Н., Радзиховская В.В.) по тому же делу

по иску индивидуального предпринимателя Пузырева Михаила

Анатольевича (г. Енисейск, ОГРНИП 312245421200019)

к 1) обществу с ограниченной ответственностью «ЁбиДоёби»

(ул. 78-й Добровольческой бригады, д. 21, пом. 306, г. Красноярск, 660077,

ОГРН 1162468066298);

2) индивидуальному предпринимателю Прадед Анастасии Викторовне

(г. Красноярск, ОГРНИП 314246824700120);



3) обществу с ограниченной ответственностью «РИАЭКСПРЕСС» (ул. Шахтеров, д. 61, оф. 26, г. Красноярск, 660020, ОГРН 1152468039096) о признании сведений порочащими деловую репутацию, обязанности убрать ненадлежащую рекламу, взыскании компенсации за нарушение исключительных прав, при участии в судебном заседании представителей: от индивидуального предпринимателя Пузырева Михаила Анатольевича – извещен, не явился, от общества с ограниченной ответственностью «Ёбидоёби» – Саплёва Н.С. (по доверенности от 01.12.2016), от индивидуального предпринимателя Прадед Анастасии Викторовны – Саплёва Н.С. (по доверенности от 16.04.2018), от общества с ограниченной ответственностью «РИАЭКСПРЕСС» – извещен, не явился,

УСТАНОВИЛ:

индивидуальный предприниматель Пузырев Михаил Анатольевич (далее – ИП Пузырев М.А., истец) обратился в Арбитражный суд Красноярского края с иском, уточненным в порядке статьи 49 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, к обществу с ограниченной ответственностью «Ёбидоёби» (далее – общество «Ёбидоёби»), индивидуальному предпринимателю Прадед Анастасии Викторовне (далее - ИП Прадед А.В.), обществу с ограниченной ответственностью «РИАЭКСПРЕСС» (далее – общество «РИАЭКСПРЕСС») со следующими требованиями:

– к обществу с ограниченной ответственностью «Ёбидоёби» и ИП Прадед А.В. - о признании информации, размещенной на информационном портале «Деловой квартал» (по адресу: <http://krasnoyarsk.dk.ru/news/yobidoyobi-rokupaet-origami-237037859> в виде заголовка: ««Ёбидоёби» покупает. Оригами» недействительной, порочащей честь, достоинство и деловую репутацию ИП Пузырева М.А.;

– о взыскании солидарно с общества «ЁбиДоёби», ИП Прадед А.В. денежной компенсации в размере 100 000 рублей за незаконное использование товарного знака № 495232;

– к обществу с ограниченной ответственностью «РИАЭКСПРЕСС» - об обязанности убрать информацию, порочащую честь, достоинство и деловую репутацию ИП Пузырева М.А., размещенную на информационном портале «Деловой квартал» по адресу: <http://krasnoyarsk.dk.ru/news/yobidoyobi-rokupaet-origami-237037859> в виде заголовка: ««ЁбиДоёби» покупает. Оригами».

Решением Арбитражного суда Красноярского края от 20.12.2017, оставленным без изменения, постановлением Третьего арбитражного апелляционного суда от 27.02.2018, в удовлетворении иска отказано.

Не согласившись с принятыми по делу судебными актами, ИП Пузырев М.А. обратился в Суд по интеллектуальным правам с кассационной жалобой, в которой, ссылаясь на нарушение судами первой и апелляционной инстанции норм материального права и неисследование всех обстоятельств дела, просит их отменить и принять по делу новый судебный акт, которым искивые требования удовлетворить, а именно:

– признать информацию, размещенную на информационном портале «Деловой квартал» (по адресу: <http://krasnoyarsk.dk.ru/news/yobidoyobi-rokupaet-origami-237037859> в виде заголовка: ««ЁбиДоёби» покупает. Оригами» недействительной, порочащей честь, достоинство и деловую репутацию ИП Пузырева М.А.;

– взыскать солидарно с общества «ЁбиДоёби», ИП Прадед А.В. денежную компенсацию в размере 100 000 руб. за незаконное использование товарного знака № 495232;

– обязать общество «РИАЭКСПРЕСС» убрать информацию, порочащую честь, достоинство и деловую репутацию ИП Пузырева М.А., размещенную на информационном портале «Деловой квартал» по адресу:

<http://krasnoyarsk.dk.ru/news/yobidoyobi-pokupaet-origami-237037859> в виде заголовка: ««ЁбиДоёби» покупает. Оригами».

Заявитель кассационной жалобы полагает, что нижестоящими судами были допущены следующие нарушения:

– акцию ответчиков, в которой имелся призыв создавать фигурки оригами и получать бонусы на продукцию ответчика (суши и роллы), с точки зрения законодательства следовало рассматривать как стимулирующее мероприятие, то есть рекламу – информацию, направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, а поскольку в ней были использованы словесные и изобразительные элементы, схожие с теми, которые использованы в товарном знаке истца, такая акция является нарушением исключительного права на товарный знак в смысле пункта 4 части 2 статьи 1484 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ);

– при решении вопроса о сходстве обозначений до степени смешения нижестоящие суды не учли позицию, отраженную в постановлении Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 18.07.2006 № 3691/06, из анализа которой, по мнению заявителя кассационной жалобы, следует, что при определении угрозы смешения товарных знаков следует исходить не только из буквального сравнения формы, размеров, расположения изображения, смысла отдельно взятого слова и других характеристик, но также необходимо учитывать то, насколько быстро можно заметить имеющиеся различия, и является ли более ранний товарный знак узнаваемым на территории того региона, где произошло нарушение интеллектуальных прав, поскольку конкретная совокупность изобразительных и словесных элементов может обладать эффектом сохранения устойчивого восприятия у потребителей при сочетании ряда цветов.

Суд по интеллектуальным правам обращает внимание на то, что кассационная жалоба не содержит доводов, свидетельствующих о несогласии ее заявителя с выводами судов нижестоящих инстанций в части отказа в удовлетворении требований о защите деловой репутации и обязанности удалить соответствующую информацию со страниц сайта <http://krasnoyarsk.dk.ru/news/yobidoyobi-pokupaet-origami-237037859>.

От ИП Пузырева М.А. 24.04.2018 через систему «Мой арбитр» поступило заявление об отказе от кассационной жалобы, подписанное представителем Сибиряковой Мариной Анатольевной по доверенности.

С учетом того, что подлинник заявления об отказе от кассационной жалобы не представлен, заявление, поданное через систему «Мой арбитр», не содержит сведений о подписании его электронной цифровой подписью, заявитель или его уполномоченный представитель в судебное заседание суде кассационной инстанции не явились и каких-либо пояснений относительно его волеизъявления получить невозможно, а приложенная к заявлению копия доверенности не содержит полномочий представителя Сибиряковой Марины Анатольевны на отказ от кассационной жалобы, судебное разбирательство по рассмотрению кассационной жалобы было отложено на 10 июля 2018 года на 15 часов 20 минут.

От ИП Пузырева М.А. 22.06.2018 по почте поступило заявление об отказе от кассационной жалобы, подписанное лично ИП Пузыревым М.А.

Однако 29.06.2018 в Суд по интеллектуальным правам по почте поступило ходатайство об отзыве отказа от кассационной жалобы, подписанное лично ИП Пузыревым М.А.

Учитывая изложенное, суд кассационной инстанции, не рассматривая заявление об отказе от кассационной жалобы применительно к статье 49 Арбитражного процессуального кодекса Российской

Федерации, счел необходимым рассмотреть кассационную жалобу по существу.

В судебном заседании суда кассационной инстанции 10.07.2018 представитель общества «ЁбиДоёби» и ИП Прадед А.В. возражал против удовлетворения кассационной жалобы по мотивам, изложенным в возражениях на нее.

Заявитель кассационной жалобы и общество «РИАЭКСПРЕСС», извещенные надлежащим образом о месте и времени рассмотрения кассационной жалобы, своих представителей для участия в судебном заседании суда кассационной инстанции не направили, что в силу части 3 статьи 284 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации не является препятствием для рассмотрения дела в их отсутствие.

Выслушав представителей лиц, участвующих в деле, обсудив доводы кассационной жалобы с учетом возражений на нее, проверив в порядке статей 286, 287 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации законность обжалуемых судебных актов, и исходя из доводов, содержащихся в кассационной жалобе, суд кассационной инстанции приходит к следующим выводам.

Как усматривается из материалов дела и установлено судами первой и апелляционной инстанции, обладателем исключительных прав на комбинированный товарный знак в виде изображения сложенного из бумаги журавлика, выполненного в зеленых и светло-зеленых тонах, на черно-белом фоне с надписью «Оригами» белого цвета, расположенной ниже изображения журавлика (дата государственной регистрации – 30.08.2013) в отношении товаров 30 класса Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков (далее – МКТУ) «суши», является Пузырев Михаил Анатольевич, что подтверждается свидетельством № 495232, выданным Федеральной службой по интеллектуальной собственности.

Из пояснений истца следует, что 01.08.2016 в сети «Интернет» появилась реклама красноярской фирмы по доставке суши и роллов «Ёбидоёби» с текстом ««Ёбидоёби» покупает. Оригами» и изображением сложенного из бумаги журавлика, выполненного в зеленых и светло-зеленых тонах, на переднем плане и инвертированного изображения журавлика, выполненного в голубых тонах, на заднем плане. Указанная реклама была распространена ответчиками на сайте <http://krasnoyarsk.dk.ru/news/yobidoyobi-pokupaet-origami-237037859> в виде заголовка: ««Ёбидоёби» покупает. Оригами», а также реклама была распространена в социальной сети «ВКонтакте» по адресу: <https://vk.com/ebidoebi>, «Facebook», «Twitter», «Instagram», и на сайте «ёбидоёби.рф».

В соответствии с представленным скриншотом сайта <http://krasnoyarsk.dk.ru/news/yobidoyobi-pokupaet-origami-237037859> на последнем размещена следующая информация: ««Ёбидоёби» покупает.Оригами». Красноярская фирма по доставке суши и роллов «Ёбидоёби», которая открылась шесть месяцев назад и наделала немало шума, готовится к приобретению большого числа фигурок из бумаги - оригами. До конца августа каждый житель Красноярска сможет легко обменять свои фигурки из бумаги на приятные бонусы от доставки суши и роллов. Так, 50 журавликов легко превратятся в подарочный набор «Ясеку» при самовывозе, а за каждые 30 «корабликов», «самолетиков», «розочек» и «лягушек» клиентов ждут скидки до 30% на все позиции меню. «Искусство складывания фигурок из бумаги оригами давно полюбилось японцам, - комментирует соучредитель проекта Константин Зимен, - мы добавили капельку творчества в нашу работу, и решили почтить память Акира Есидзава, который внес неоценимый вклад в развитие оригами в мире. В этом году ему бы исполнилось 105 лет. Если соберем много фигурок - сделаем арт-конструкцию прямо возле входа в нашу доставку!».

Согласно выписок из Единого государственного реестра юридических лиц и индивидуальных предпринимателей общество «Ёбидоёби» и ИП Прадед А.В. осуществляют деятельность, в том числе, по предоставлению продуктов питания и напитков, включая услуги по предоставлению продуктов питания и напитков, готовых к употреблению непосредственно на месте и предлагаемых в традиционных ресторанах, заведениях самообслуживания, на предприятиях питания, отпускающих продукцию на вынос, а также прочих предприятиях питания, работающих на постоянной или временной основе, с предоставлением мест для сидения или без (код по ОКВЭД 56.10). Общество «Ёбидоёби» расположено по юридическому адресу: 660077, Красноярский край, г.Красноярск, ул. 78 Добровольческой бригады, д. 21, пом. 306.

Истец указывал также, что в рекламных акциях используется фирменное наименование общества «Ёбидоёби», рекламная акция размещена на сайте общества «ёбидоёби.рф», который представляет собой сайт для онлайн-заказа суши и роллов «Ёбидоёби»; на указанном сайте размещена информация о владельце сайта «ИП Прадед А.В. ОГРНИП 314246824700120, свидетельство о государственной регистрации серия 24 №006259587 от 04.09.2014 выдано МИФНС №23 по Красноярскому краю». Кроме того, на данном сайте размещены ссылки на соответствующие страницы доставки суши и роллов «Ёбидоёби» в группе «Ёбидоёби - доставка суши и роллов», созданной в социальных сетях «ВКонтакте», «Facebook», «Twitter», «Instagram», на всех сайтах указан юридический адрес общества.

В качестве доказательств приобретения продукции с использованием сайта <http://ёбидоёби.рф/> истцом представлены в материалы дела накладная и чек оплаты заказа №13215, согласно которым в качестве грузоотправителя указан ИП Прадед А.В., ИНН 246413631183, в чеке на оплату заказа указан ИП Прадед А.В., адрес г. Красноярск, ул. 78 Добровольческой бригады, 21.

Истец полагает, что действиями общества «ЁбиДоёби» и ИП Прадед А.В. по размещению рекламной акции было нарушено исключительное право истца на товарный знак № 495232, а распространенная ответчиками информация ««ЁбиДоёби» покупает Оригами» не соответствует действительности и порочит деловую репутацию истца.

Обосновывая свои доводы о нарушении исключительного права на товарный знак, истец указал, что он осуществляет идентичную с обществом «ЁбиДоёби» деятельность по доставке суши и роллов. Распространенная ответчиками реклама содержит определенное текстовое и графическое наполнение, а именно фразу ««ЁбиДоёби» покупает Оригами» и изображение двух бумажных фигурок журавликов. Находящийся на переднем плане бумажный журавлик светло-зеленого цвета является точной зеркально отраженной копией журавлика, зарегистрированного в качестве товарного знака, принадлежащего истцу. Слово «Оригами», обозначающее одновременно вид декоративно-прикладного искусства (складывание фигурок из бумаги), а также известный бренд доставки суши и роллов «Оригами», в указанной рекламе написано с заглавной буквы, что противоречит нормам и правилам правописания, если указанное слово не является именем собственным. Следовательно, по мнению истца, создается впечатление, что рекламодатель имел в виду именно бренд «Оригами», которое подкрепляется изображением журавлика, являющегося отличительной чертой указанного бренда.

В качестве доказательств распространения информации и незаконного использования ответчиками исключительного права на товарный знак истца, в материалы дела представлены скриншоты страниц сайтов в сети «Интернет» - «ВКонтакте», «Facebook», «Twitter», «Instagram», «ёбидоёби.рф», «Деловой квартал», а также электронная переписка.

В обоснование исковых требований о причинении вреда деловой репутации и взыскание компенсации за нарушение исключительного права на товарный знак истец указал, что название рекламной акции ответчиков порочит деловую репутацию хозяйствующего субъекта, выступающего под коммерческим обозначением «Оригами», поскольку свидетельствует о скором прекращении его деятельности, что не может положительно сказаться на доверии потребителей, учитывая известность коммерческого обозначения «Оригами», а также носит ложный характер, поскольку не соответствует действительности.

В материалы дела ответчиками представлен договор на оказание рекламных услуг № 61 от 27.07.2016, заключенный между обществом «РИАЭКСПРЕСС» (исполнитель) и ИП Прадед А.В., согласно пункту 1.1. которого исполнитель принимает на себя обязательства по размещению рекламно-информационных материалов (в дальнейшем «реклама») заказчика и изданиях, указанных в приложениях к договору, и/или по размещению в сети «Интернет» на веб-сайте в указанном в приложении к договору рекламных материалов заказчика согласно приложению к договору, а заказчик обязуется принять и оплатить эти услуги в порядке, предусмотренном договором и приложениями к нему.

В пункте 1.2. договора указано, что количество, размер, периодичность размещения и другие существенные условия согласовываются сторонами в приложениях об условиях размещения рекламы, являющихся неотъемлемой частью договора.

С учетом представленного в материалы дела договора на оказание рекламных услуг № 61 от 27.07.2016, заключенного между обществом «РИАЭКСПРЕСС» и ИП Прадед А.В., исходя из того, что спорные сведения распространены на сайте «Деловой квартал», принадлежащем обществу «РИАЭКСПРЕСС», истцом предъявлено требование к обществу «РИАЭКСПРЕСС» об обязанности убрать порочащую честь, достоинство и деловую репутацию информацию с информационного портала «Деловой

квартал» по адресу: <http://krasnoyarsk.dk.ru/news/yobidoyobi-pokupaet-origami-237037859>.

Истцом также заявлено требование о взыскании с общества «ЁбиДоёби» и ИП Прадед А.В. денежной компенсации за незаконное использование принадлежащего ему товарного знака по свидетельству № 495232 в размере 100 000 рублей. Данное требование мотивировано тем, что результатом распространения ответчиками указанной информации явилось снижение спроса и приобретения продукции, производимой истцом – суши (роллов). В обоснование размера компенсации в материалы дела представлены выписки из лицевого счета ИП Пузырева М.А. за период с 25.07.2016 по 14.08.2016, общества «Оригами» за период с 25.07.2016 по 14.08.2016; договоры поставки продуктов питания: № 87 от 10.11.2014; № 88 от 10.11.2014; № 89 от 10.11.2014; № 90 от 10.11.2014; а также уведомления общества «ФудСервис» о расторжении договоров от 10.11.2014 № 87, № 88, № 89, № 90, в которых указано, что поставщику стало известно о продаже покупателем бизнеса обществу «ЁбиДоёби», вследствие чего у поставщика возникли сомнения в платежеспособности покупателя, с учетом негативной деловой репутации общества «ЁбиДоёби» дальнейшее сотрудничество не представляется возможным.

Отказывая в удовлетворении заявленных требований, суд первой инстанции исходил из следующего.

С учетом того, что результаты экспертиз, проведенных истцом и ответчиком во внесудебном порядке, содержат противоречивые друг другу выводы, в связи с чем и не могли быть положены в основу выводов суда, а также того, что ходатайство о назначении судебной экспертизы в соответствии со статьей 86 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации сторонами заявлено не было, вопрос о сходстве до степени смешения спорных обозначений и изображений судом первой инстанции разрешался без назначения экспертизы.

Проанализировав зарегистрированное истцом словесное обозначение и изобразительный элемент (товарный знак) со словесным обозначением и изобразительными элементами в рекламных материалах ответчиков, суд первой инстанции пришел к выводу об отсутствии между ними сходства до степени смешения по всем признакам.

При этом суд первой инстанции указал, что одинаковое звучание используемого слова «Оригами» с учетом смысловой направленности рекламной акции ответчиков и в соответствии со всей информацией, содержащейся в рекламной акции, информативной нагрузки, которое несет в себе данное слово в соответствующем контексте, не может являться основанием для признания факта использования ответчиком товарного знака, принадлежащего истцу, в части слова «Оригами».

Суд первой инстанции указал, что при употреблении слова оригами в том значении, которое придает ему ответчик в размещенной им информации, а именно «прикладное искусство», у потребителя не может сложиться ассоциация данного слова непосредственно с товарным знаком ИП Пузырева М.А.

Кроме того, суд первой инстанции обратил внимание на то обстоятельство, что ответчиком не маркировался, не продавался и не предлагался к продаже товар с обозначением в виде словесного обозначения «Оригами», указанное слово было использовано ответчиком в акции, содержание которой свидетельствует о приобретении ответчиками бумажных фигурок, выполненных по технике оригами.

Делая вывод об отсутствии сходства сравниваемых объектов по графическому признаку, суд первой инстанции исходил из того, что товарный знак истца представляет собой совокупность словесного обозначения и изобразительного элемента в виде одного журавлика, являющихся единым целым.

Судом первой инстанции установлено, что в рекламной акции общества «Ёбидоёби», размещенной на информационном портале

«Деловой квартал», отсутствует изображение журавлика выполненного в технике оригами.

Из исследованных изобразительных элементов (журавликов) используемых ответчиками в рекламной акции, размещенной на иных сайтах, скриншоты которых представлены в дело, судом первой инстанции установлено, что данные изображения являются различными по своему цветовому и количественному изображению, порядку расположения, различию в фоне, на котором размещены фигурки.

В связи с изложенным суд первой инстанции пришел к выводу об отсутствии в действиях ответчиков признаков нарушения исключительных прав истца на товарный знак, и, как следствие, отсутствии оснований для взыскания компенсации.

При решении вопроса о признании распространенных ответчиками сведений порочащими деловую репутацию суд первой инстанции указал, что ИП Пузыревым М.А. не представлено письменных доказательств того, что рекламная акция ответчиков каким-либо образом опорочила честь, достоинство и деловую репутацию самого ИП Пузырева М.А., в то время как указание на истца в оспариваемом сообщении (рекламной акции) отсутствует.

Довод истца о том, что из смысла названной рекламной акции общества «ЁбиДоёби» у потребителя складывается впечатление о приобретении обществом «ЁбиДоёби» общества с ограниченной ответственностью «Оригами», судом первой инстанции отклонен, поскольку рекламная акция не содержит сведений по приобретению юридического лица, из содержания рекламной акции следует, что речь идет о приобретении фигурок из бумаги, сложенных с использованием техники оригами, а определением от 23.03.2017 производство по исковым требованиям общества с ограниченной ответственностью «Оригами» к обществу «ЁбиДоёби» и ИП Прадед А.В. прекращено в связи с принятием отказа от иска в этой части.

Суд апелляционной инстанции поддержал выводы суда первой инстанции.

Суд кассационной инстанции соглашается с выводами судов первой и апелляционной инстанции и считает необходимым отметить следующее.

Согласно статье 1477 ГК РФ на товарный знак, то есть на обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, признается исключительное право, удостоверяемое свидетельством на товарный знак (статья 1481).

В соответствии с пунктом 1 статьи 1484 ГК РФ лицу, на имя которого зарегистрирован товарный знак (правообладателю), принадлежит исключительное право использования товарного знака в соответствии со статьей 1229 ГК РФ любым не противоречащим закону способом (исключительное право на товарный знак). Правообладатель может распоряжаться исключительным правом на товарный знак.

Согласно пункту 2 статьи 1484 ГК РФ исключительное право на товарный знак может быть осуществлено для индивидуализации товаров, работ или услуг, в отношении которых товарный знак зарегистрирован, в частности путем размещения товарного знака:

1) на товарах, в том числе на этикетках, упаковках товаров, которые производятся, предлагаются к продаже, продаются, демонстрируются на выставках и ярмарках или иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, либо хранятся или перевозятся с этой целью, либо ввозятся на территорию Российской Федерации;

2) при выполнении работ, оказании услуг;

3) на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот;

4) в предложениях о продаже товаров, о выполнении работ, об оказании услуг, а также в объявлениях, на вывесках и в рекламе;

5) в сети «Интернет», в том числе в доменном имени и при других способах адресации.

В силу части 3 статьи 1484 ГК РФ никто не вправе использовать без разрешения правообладателя сходные с его товарным знаком обозначения в отношении товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, или однородных товаров, если в результате такого использования возникнет вероятность смешения.

При этом по смыслу указанной нормы простое упоминание словесного обозначения, входящего в объем правовой охраны чужого комбинированного товарного знака само по себе не является использованием этого знака, особенно в ситуации, когда это словесное обозначение имеет смысловую нагрузку, используется в своем прямом словарном значении и безотносительно товаров и услуг, для которых товарный знак зарегистрирован.

Изложенное соответствует правовой позиции Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, содержащейся в Постановлении от 01.12.2009 № 10852/09 по делу № А45-15761/2008.

Согласно статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке; а объект рекламирования – товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В связи с этим представляется целесообразным исходить из того, что использование словесного обозначения, входящего в объем правовой охраны товарного знака, может быть признано использованием в информационных целях и не является нарушением прав на товарный знак

при соблюдении следующих условий: такое обозначение используется (1) не для целей индивидуализации конкретного товара (в том числе способами, перечисленными в пункте 2 статьи 1484 ГК РФ); (2) в словарном значении; (3) в письменных публикациях или устной речи, (4) не создает вероятность смешения, и как следствие, не вводит потребителей в заблуждение относительно субъектов предпринимательской деятельности, их товаров и услуг, а также экономической связи между этими субъектами.

Из судебных актов нижестоящих судов усматривается, что при рассмотрении настоящего дела судами установлены все указанные условия, что исключает факт нарушения прав истца на товарный знак.

Суд кассационной инстанции полагает, что суды первой и апелляционной инстанции, в соответствии с требованиями статей 65, 71, 75, 268 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, полно и всесторонне исследовав и оценив всю совокупность имеющихся в материалах дела документов, правильно применив нормы права, пришли к обоснованным выводам об отсутствии оснований для взыскания компенсации в связи с отсутствием факта нарушения исключительных прав истца на товарный знак. Несогласие заявителя кассационной жалобы с правовой оценкой доказательств и выводов судов первой и апелляционной инстанции не может служить достаточным основанием для отмены принятых по делу судебных актов.

При этом суд кассационной инстанции отмечает, что заявитель кассационной жалобы обжалует принятые по делу судебные акты только в части выводов по вопросу использования товарного знака в рекламе, в то время как просит суд кассационной инстанции отменить обжалуемые судебные акты полностью. В соответствии с пределами своих полномочий, установленных статьей 286 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, суд кассационной инстанции проверяет законность и обоснованность обжалуемых судебных актов только в

пределах доводов, содержащихся в кассационной жалобе. Поскольку в кассационной жалобе ИП Пузырева М.А. не содержится доводов, выражающих его несогласие с выводами судов в отношении требования о защите деловой репутации и соответствующего ему требования о восстановлении нарушенного права, обжалуемые судебные акты в указанной части не подлежат проверке в кассационном порядке.

С учетом изложенного кассационная жалоба удовлетворению не подлежит.

Суд кассационной инстанции также не находит и безусловных оснований для отмены обжалуемого судебного акта, так как не усматривает процессуальных нарушений, перечисленных в части 4 статьи 288 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Судебные расходы по рассмотрению кассационной жалобы относятся на ее заявителя в соответствии со статьей 110 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Руководствуясь статьями 286, 287, 288, 289 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, суд

ПОСТАНОВИЛ:

решение Арбитражного суда Красноярского края от 20.12.2017 по делу № А33-25467/2016 и постановление Третьего арбитражного апелляционного суда от 27.02.2018 по тому же делу оставить без изменения, кассационную жалобу – без удовлетворения.

Постановление может быть обжаловано в Судебную коллегия Верховного Суда Российской Федерации в порядке кассационного производства в срок, не превышающий двух месяцев со дня его принятия.

Председательствующий
Судьи

Т.В. Васильева
Н.А. Кручинина
Н.Н. Погадаев