

**АРБИТРАЖНЫЙ СУД КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ****ИМЕНЕМ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ****Р Е Ш Е Н И Е**

20 декабря 2017 года

Дело № А33-25467/2016

Красноярск

Резолютивная часть решения объявлена в судебном заседании 13 декабря 2017 года.

В полном объеме решение изготовлено 20 декабря 2017 года.

Арбитражный суд Красноярского края в составе судьи Горбатовой А.А., рассмотрев в судебном заседании дело по иску индивидуального предпринимателя Пузырева Михаила Анатольевича (ИНН 244700013162, ОГРН 312245421200019, г. Енисейск),

к обществу с ограниченной ответственностью "ЁбиДоёби" (ИНН 2465142629, ОГРН 1162468066298, г. Красноярск)

индивидуальному предпринимателю Прадед Анастасии Викторовне (ИНН 246413631183, ОГРН 314246824700120, г. Красноярск)

обществу с ограниченной ответственностью «РИАЭКСПРЕСС» (ИНН 2466164544, ОГРН 1152468039096, г. Красноярск)

о признании сведений порочащими деловую репутацию,

об обязанности убрать ненадлежащую рекламу,

о взыскании компенсации,

в присутствии:

от истца: Антонова С.В., представителя по доверенности от 12.07.2017 (срок действия до 12.07.2020), личность установлена паспортом,

в отсутствие ответчиков,

при ведении протокола судебного заседания секретарем судебного заседания Исмагиловой М.М.,

установил:

индивидуальный предприниматель Пузырев Михаил Анатольевич, индивидуальный предприниматель Коробов Дмитрий Игоревич, индивидуальный предприниматель Новак Иван Дмитриевич, индивидуальный предприниматель Новак Светлана Ивановна, общество с ограниченной ответственностью "Оригами" (далее – истцы) обратились в Арбитражный суд Красноярского края с иском к обществу с ограниченной ответственностью "Ёбидоёби", индивидуальному предпринимателю Прадед Анастасии Викторовне (с учётом статьи 49 АПК РФ):

об обязании ответчиков удалить рекламные материалы, размещенные на сайтах в сети «Интернет» (www.Krasnoyarsk.dk.ru/news/yobidoyobi-pokupaet-origami-23703859; www.everything.kz/avticfe/13777722-ebidoebi-pokupaet-ovigami):

- на информационном портале «Деловой квартал» (www.Krasnoyarsk.ru);
- на новостном сайте «Everything» (www.everything.ru);

о взыскании солидарно с ООО «Ёбидоёби», ИП Прадед А.В. денежную компенсацию за незаконное использование принадлежащего ИП Пузыреву М.А. товарного знака № 495232 в размере 100 000 рублей.

Исковое заявление принято к производству суда. Определением от 30.11.2016 возбуждено производство по делу.

Определением от 23.03.2017 принят отказ индивидуального предпринимателя Коробова Дмитрия Игоревича (ИНН 246604002387, ОГРН 312246827000193, г. Красноярск), индивидуального предпринимателя Новака Ивана Дмитриевича (ИНН 246608119435, ОГРН 313246831800057, г. Красноярск), индивидуального предпринимателя Новак Светланы Ивановны (ИНН 246505502734, ОГРН 312246823600010, г. Красноярск), общества с ограниченной ответственностью "Оригами" (ИНН 2466165347, ОГРН 1152468044376, г. Красноярск) от исковых требований к обществу с ограниченной ответственностью "Ёбидоёби" (ИНН 2465142629, ОГРН 1162468066298, г. Красноярск) к индивидуальному предпринимателю Прадед Анастасии Викторовне (ИНН 246413631183, ОГРН 314246824700120, г. Красноярск) по делу №А33-25467/2016. Производство по делу №А33-25467/2016 в части исковых требований индивидуального предпринимателя Коробова Дмитрия Игоревича (ИНН 246604002387, ОГРН 312246827000193, г. Красноярск), индивидуального предпринимателя Новака Ивана Дмитриевича (ИНН 246608119435, ОГРН 313246831800057, г. Красноярск), индивидуального предпринимателя Новак Светланы Ивановны (ИНН 246505502734, ОГРН 312246823600010, г. Красноярск), общества с ограниченной ответственностью "Оригами" (ИНН 2466165347, ОГРН 1152468044376, г. Красноярск) к обществу с ограниченной ответственностью "Ёбидоёби" (ИНН 2465142629, ОГРН 1162468066298, г. Красноярск) к индивидуальному предпринимателю Прадед

Анастасии Викторовне (ИНН 246413631183, ОГРН 314246824700120, г.Красноярск), прекращено.

Определением от 23.03.2017 заявление индивидуального предпринимателя Пузырева Михаила Анатольевича (ИНН 244700013162, ОГРН 312245421200019, г. Енисейск) о привлечении к участию в деле в качестве соответчика по требованию об обязанности удалить ненадлежащую рекламу общество с ограниченной ответственностью «РИАЭКСПРЕСС» (ИНН 2466164544, ОГРН 1152468039096) удовлетворено. Привлечено к участию в деле №А33-25467/2016 в качестве соответчика общество с ограниченной ответственностью «РИАЭКСПРЕСС» (ИНН 2466164544, ОГРН 1152468039096).

Определением от 25.09.2017 на основании статьи 49 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации принято уточнение исковых требований в части взыскания денежной компенсации в размере 100 000 руб. за незаконное использование товарного знака № 495232 и признании информации, размещенной на информационном портале «Деловой квартал» порочащей честь, достоинство и деловую репутацию ИП Пузырева М.А. и обязанности ООО «РИАЭКСПРЕСС» убрать информацию, размещенную на информационном портале «Деловой квартал» порочащей честь, достоинство и деловую репутацию ИП Пузырева М.А. по адресу: <http://krasnoyarsk.dk.ru/news/yobidoyobi-pokupaet-origami-237037859> в виде заголовка: «Ебидоеби» покупает. Оригами».

Судом рассматриваются иски о признании информации, размещенной на информационном портале «Деловой квартал» порочащей честь, достоинство и деловую репутацию ИП Пузырева М.А. и обязанности ООО «РИАЭКСПРЕСС» убрать информацию, размещенную на информационном портале «Деловой квартал» порочащей честь, достоинство и деловую репутацию ИП Пузырева М.А. по адресу: <http://krasnoyarsk.dk.ru/news/yobidoyobi-pokupaet-origami-237037859> в виде заголовка: «Ебидоеби» покупает. Оригами».

- к обществу с ограниченной ответственностью "ЁбиДоёби" и индивидуальному предпринимателю Прадед Анастасии Викторовне о признании информации, размещенной на информационном портале «Деловой квартал» (по адресу: <http://krasnoyarsk.dk.ru/news/yobidoyobi-pokupaet-origami-237037859> в виде заголовка: «Ебидоеби» покупает. Оригами» недействительной, порочащей честь, достоинство и деловую репутацию ИП Пузырева М.А., о взыскании солидарно денежной компенсации в размере 100 000 руб. 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-pokupaet-origami-237037859> в виде заголовка: «Ебидоеби» покупает. Оригами».

Ответчики надлежащим образом извещены о времени и месте судебного заседания путем размещения судебных актов в сети «Интернет» на официальном сайте Арбитражного суда Красноярского края по адресу <http://krasnoyarsk.arbitr.ru> (портал Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации: <http://rad.arbitr.ru/grad/>), о чем свидетельствует

имеющаяся в материалах дела расписка. Явку уполномоченных представителей в судебное заседание не обеспечили.

12.12.2017 через сервис «Мой арбитр» от ответчиков ООО "ЁбиДоёби" и ИП Прадед А.В. поступил дополнительный отзыв на исковое заявление.

Представленные документы в порядке статьи 66 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации приобщены к материалам дела.

Представитель истца исковые требования поддержал в полном объеме по основаниям, изложенным в исковом заявлении, представил оригинал платежного поручения №946 от 22.11.2017 на сумму 4 200 руб.

Представленные документы в порядке статьи 66 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации приобщены к материалам дела.

В судебном заседании, в соответствии со статьей 163 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, объявлен перерыв на 10 минут для ознакомления истца с дополнительным отзывом на исковое заявление ООО "ЁбиДоёби" и ИП Прадед А.В. После перерыва судебное заседание продолжено с участием ранее присутствующего истца – Антонова С.В.

При рассмотрении дела установлены следующие, имеющие значение для рассмотрения спора, обстоятельства.

Обладателем исключительных прав на товарный знак, знака обслуживания 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, перечень товаров и услуг - 30-ый класс Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков (МКТУ) "суши", является Пузырев Михаил Анатольевич, что подтверждается свидетельством №495232, выданным Федеральной службой по интеллектуальной собственности.

Исключительные права на товарный знак №495232 на основании договора №б/н от 21.09.2015, заключенного индивидуальным предпринимателем Пузыревым Михаилом Анатольевичем (учредитель управления), преданы в доверительное управление обществу с ограниченной ответственностью «Оригами», индивидуальному предпринимателю Коробову Д.И., индивидуальному предпринимателю Новак И.Д., индивидуальному предпринимателю Новак С.И. (доверительные управляющие).

В соответствии с пунктом 1.1 договора учредитель управления передает доверительному управляющему в доверительное управление исключительное право на

товарный знак №495232, а доверительные управляющие обязуются осуществлять управление этим исключительным правом в интересах учредителя управления. Управление будет осуществляться сообща всеми доверительными управляющими, либо несколькими доверительными управляющими, либо каждым доверительным управляющим в отдельности.

Из пункта 1.2. договора следует, что объектом доверительного управления является товарный знак №495232, зарегистрирован в установленном федеральным законодательством порядке в Федеральной службе по интеллектуальной собственности 30.08.2013. Срок действия исключительного права на указанный товарный знак истекает 06.02.2022. Указанное исключительное право на товарный знак принадлежит Учредителю управления, что подтверждается Свидетельством №495232, выданным Федеральной службой по интеллектуальной собственности. Указанное свидетельство с изображением товарного знака является Приложением №1 к договору.

В пункте 1.3. договора указано, что исключительное право на товарный знак передается сроком на пять лет с момента подписания договора.

В соответствии с пунктом 2.3. договора доверительные управляющие осуществляют в пределах, предусмотренных законом и договором, правомочия обладателя исключительного права на товарный знак, переданного в доверительное управление. Доверительные управляющие могут распоряжаться исключительным правом на товарный знак только с предварительного письменного согласия учредителя управления.

Согласно пункту 2.5. договора в целях защиты исключительного права на товарный знак, находящегося в доверительном управлении, доверительные управляющие вправе требовать устранения нарушения своих прав, а также прав учредителя управления в соответствии с законодательством Российской Федерации, в том числе обращаться в суд за защитой прав.

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: «Ебидоеби» покупает. Оригами», а также реклама была распространена в социальной сети «ВКонтакте» по адресу: <https://vk.com/ebidoebi>, «Facebook», «Twitter», «Instagram», на сайте «ёбидоёби.рф».

В материалы дела представлены скриншоты указанных сайтов.

В соответствии с представленным скриншотом сайта

<http://krasnoyarsk.dk.ru/news/yobidoyobi-pokupaet-origami-237037859> на последнем размещена следующая информация: ««ЕбиДоеби» покупате.Оригами». Красноярская фирма по доставке суши и роллов «ЕбиДоеби», 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 выписке из Единого государственного реестра юридических лиц и реестра физических лиц общество с ограниченной ответственностью "ЁбиДоёби" и ИП Прадед А.В. осуществляют деятельность, в том числе по предоставлению продуктов питания и напитков, включающая в себя 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). ООО "ЁбиДоёби" расположено по юридическому адресу: 660077, Красноярский край, г.Красноярск, ул. 78 Добровольческой бригады, д. 21, пом. 306.

В обоснование предъявления исковых требований к ООО «ЁбиДоёби» и ИП Прадед А.В. истец указал, что в рекламных акциях используется фирменное наименование ООО «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 указанном сайте размещены ссылки на соответствующие страницы доставки суши и роллов «ЁбиДоёби» в группе «ЁбиДоёби - доставка суши и роллов», созданной в социальной сети «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 с ограниченной ответственностью "Ёбидоёби" и ИП Прадед А.В. по размещению рекламной акции было нарушено исключительное право истца на товарный знак №495232, а распространенная ответчиками информация «Ебидоеби» покупает. Оригами» не соответствует действительности и порочит деловую репутацию истца.

В качестве обоснования нарушения исключительного права на товарный знак истец указал, что ИП Пузырев М.А. как обладатель исключительных прав на товарный знак «Оригами», осуществляет идентичную с ООО "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 рекламодаделец 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 с сайтов сети «Интернет» «ВКонтакте», «Facebook», «Twitter», «Instagram», на сайтах «ёбидоёби.рф», «Деловой квартал», 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 ООО «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 ООО «РИАЭКСПРЕСС» и ИП Прадед А.В., исходя из того, что спорные сведения распространены на сайте «Деловой квартал», принадлежащем ООО «РИАЭКСПРЕСС», истцом предъявлено требование к ООО «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 ООО «ЕбиДоеби» и ИП Прадед А.В. денежной компенсации за незаконное использование принадлежащего ИП Пузыреву М.А. товарного знака № 495232 в размере 100 000 рублей.

Истец пояснил, что результатом распространения ответчиками указанной информации явилось снижение спроса и приобретения продукции, производимой истцом – суши (роллов), в обоснование чего представил в материалы дела выписки из лицевого счета ИП Пузырева М.А. за период с 25.07.2016 по 14.08.2016, ООО «Оригами» за период с 25.07.2016 по 14.08.2016.

В материалы дела представлены договоры поставки продуктов питания: №87 от 10.11.2014, заключенный между ООО «ФудСервис» и ИП Коробовым Д.И.; №88 от 10.11.2014, заключенный между ООО «ФудСервис» и ИП Пузыревым М.А.; №89 от 10.11.2014, заключенный между ООО «ФудСервис» и ИП Новак И.Д.; №90 от 10.11.2014, заключенный между ООО «ФудСервис» и ИП Новак С.И.; а также уведомления ООО «ФудСервис» о расторжении договоров от 10.11.2014 №87, №88, №89, №90, в которых указано, что поставщику стало известно о продаже покупателем бизнеса ООО "ЁбиДоёби", вследствие чего у поставщика возникли сомнения в платежеспособности покупателя, с учетом негативной деловой репутации ООО "ЁбиДоёби" дальнейшее сотрудничество не

представляется возможным.

При указанных обстоятельствах, ссылаясь на то, что рас пространная ответчиками информация пророчит деловую репутацию истца, а также свидетельствует об использовании ответчиками товарного знака истца, последний обратился в суд с настоящим иском.

Не согласившись с исковыми требованиями ответчиками ООО "ЁбиДоёби" и ИП Прадед А.В. представлен письменный отзыв, в котором указано следующее:

- общество "ЁбиДоёби" не осуществляет финансово-хозяйственную деятельность со дня создания и по настоящее время, отсутствуют открытые расчетные счета, продукция не производится и не реализуется. Общество не использовало товарный знак или его части в акции. Договор на размещение информации об акции был заключен от имени Прадед А.В.;

- размещена информация об акции была на сайте «Деловой квартал», на сайте «ёбидоёби.рф», зарегистрированного на имя Зимена К. и в группе «В контакте», также созданной Зименым. В иных социальных сетях ИП Прадед и Зимен К. не распространяли акцию;

- при проведении акции по приобретению фигурок из бумаги в виде «журавликов» - оригами в обмен на бонусы от доставки суши и роллов использовала в своей статье слово «ОРИГАМИ» только с целью того, чтобы обозначить какого вида бумажные фигурки готовы обменять на бонусы, только те которые выполнены в технике искусства складывания фигурок из бумаги без применения ножниц и клея, которые называется - оригами -японское искусство складывания фигурок из бумаги;

- в написании слово «оригами» в поисковике в сети Интернет первое, что появляется это страница «Википедии», дается следующее понятие: «слово Оригами происходит от двух слов ори означает «складной», и нами означает «бумага». Это традиционное японское искусство складывания различных скульптур из бумаги. Слово «оригами» также указано с большой буквы «О»;

- на страница «Википедии» размещено изображение журавлика сложенного из бумаги, именно это изображение и было взято в качестве визуализации участникам акции с указанием на вид искусства и форму бумажной фигурки, которые общество готовы принять от потребителя в обмен на бонусы;

- при сопоставлении товарного знака «Оригами» (свидетельство на товарный знак №495232) и слово «Оригами» используемое на сайте ООО «ЁбиДоёби», ответчики исходят из того, что указанные словестные обозначения являются различными по звуковому (фонетическому) восприятию, так как добавляется целая фраза «ЁбиДоёби покупает», кроме того дополнительно ниже излагается статья, конкретизирующая, что речь идет непосредственно о бумажных фигурках - как о виде прикладного искусства, а не о некой

компании или фирменном наименовании некой компании. Целостное впечатление у потребителя от этой статьи может быть только одно - ООО «Ёбидоёби» покупает бумажные фигурки в виде журавлика в стиле прикладного искусства – Оригами;

- по графическому (визуальному) восприятию - в обозначении «Оригами» в товарном знаке №495232 используется другой шрифт, прописные буквы, используется другое цветовое решение, а также данное товарное обозначение дополнено изобразительными элементами в виде журавлика, в определенной цветовой гамме, отличное от слова «ОРИГАМИ», используемое в статье;

- смысловое (семантическое) восприятие различно, так как словесное обозначение "Оригами" более лаконичное, обобщенное и может означать любое из следующих значений, материал из Википедии — свободной энциклопедии: Оригами — вид традиционного японского искусства; «Оригами» — рок-группа из Санкт-Петербурга; Оригами (журнал) - общероссийский журнал, выходивший с 1996 по 2002 г. в г. Москве; Оригами (яп.) сложенная бумага;

- в статье слово «Оригами» четко указывает на вид прикладного искусства - смысловое значение этого слова конкретизируется и меняется благодаря сочетанию с другими словесными элементами;

- сравнительный анализ товарного знака ИП Пузырева М.А. и используемых значений в акции позволяет сделать вывод о наличии одного тождественного элемента, однако, это не свидетельствует об угрозе смешения объектов. При этом товарный знак ИП Пузырева М.А. не обладает достаточной степенью оригинальности, чтобы индивидуализировать предоставляемые услуги конкретной его организацией и организациями. Слово - «ОРИГАМИ» - широко используется многими производителями и организациями предоставляющими аналогичные услуги на территории страны, как само по себе, так и в различных сочетаниях. Согласно сведениям из ЕГРЮЛ, таких компаний в России более 50 шт.;

- различительную функцию исполняют надписи, другие слова, графические и изобразительные элементы которые принципиально различны. В данном случае общее зрительное, фонетическое и смысловое впечатление оказывается не совпадающим;

- истец указывает в обоснование своего требования на тот факт, что ответчиками была распространена на указанных сайтах ненадлежащая реклама, которая порочит деловую репутацию истца. По каким правовым основаниям истец отнес рекламную акцию ответчика к ненадлежащей рекламе не ясно и не обосновано. Указанная акция со словами и большим пояснительным текстом в сущности сводящийся к тому, что «Ёбидоёби» покупает бумажные фигурки в виде журавлика в стиле прикладного искусства - Оригами, доказательств того, что

ответчик опорочил деловую репутацию истца не представлено, в заголовке «ЁбиДоёби покупает Оригами», нет фамилий истца;

- выписка о денежных потоках истца за период 2015 год, согласно которой в период августа-сентябрь 2015 года доходы истца снизились, не может говорить о том, что это напрямую связано с некой акцией проведенной ответчиком, данные действия не находятся в прямой причинно-следственной связи;

- ответчик просил «Деловой квартал» согласно договору разместить акцию в строго установленный период, то обстоятельство, что до настоящего времени реклама находится в архиве «Делового квартала» от ответчика ООО «ЕбиДаеби» и ИП Прадед не зависит;

- истец полагает, что ответчики использовали в своей акции товарный знак №495232, который представляет собой изображение одного зеленого журавлика на черном фоне в виде квадрата и словом «Оригами» белыми буквами. Однако, в акции на сайте «Делового квартала» имеется изображение физического лица Зимена К. за столом на фоне шкафа и с надписью «ЁбиДоёби» покупает Оригами», ниже указан текст с информацией о самой акции;

- истец полагает, что раз в тексте указано слово «Оригами», значит, ответчик нарушил исключительные права на товарный знак истца. Слово «Оригами», не может индивидуализировать истца, оно означает вид искусства;

- второе изображение, содержит в себе ту же фразу и два журавлика на белом фоне с серыми звездами. При этом зеленый журавлик имеет иную форму, расположение и размер, нежели зеленый журавлик, используемый истцом в товарном знаке, синий журавлик похож по форме и размеру с журавликом, расположенным на товарном знаке истца, но он имеет иной цвет – синий. Решающим является не сходство отдельных изобразительных элементов или слов, а целостные впечатления, которые испытывает потребитель;

- использование компанией «ЁбиДоёби» журавликов не имело своей целью индивидуализацию товаров. Под этой маркировкой не продавались товары и потребители не могли выбрать товар, ориентируясь на эти картинки;

- заключение ФАС Красноярского края «Об обстоятельствах дела» от 25.08.2017 и само решение УФАС РФ по делу № 127-14.6-16 от 22.09.2017, предоставленные в качестве доказательства, установленного по иному делу и не подлежащему доказыванию вновь, не могут являться, допустимым доказательством по делу, поскольку, в силу ст. 69 АПК РФ не имеют преюдициального значения для арбитражного процесса;

- поскольку рекламную акцию заказала ИП Прадед А.В., при этом ООО «ЁбиДоёби» вообще не осуществляет финансово-хозяйственную деятельность и не могло использовать товарный знак истца в своей не существующей деятельности, требование к ООО «ЁбиДоёби» является не обоснованным и не подлежит удовлетворению;

- доказательств тому, что из-за проведения акции доходность истца снизилась в материалах дела нет.

В обоснование доводов указанных в отзыве ответчиками также представлены в материалы дела:

- договор на оказание рекламных услуг №61 от 27.07.2016, заключенный между ООО «РИАЭКСПРЕСС» 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;

- скриншоты сайтов сети «Интернет», согласно которым владельцем домена ёбидоёби.рф, vk.com, является Зимин К.Ю.;

- скриншоты сайта сети «Интернет», содержащие спорные сведения;

- сведения об отсутствии открытых (закрытых) счетах в кредитных организациях;

- налоговая декларация по налогу на прибыль организаций за 2016 год, упрощенная бухгалтерская (финансовая) отчетность за 2016 год ООО «ЁбиДоёби»;

- договор поставки №133/14 от 15.09.2014, заключенный между ООО «Владелита» и ИП Соболевой А.В.; договор об оказании услуг электросвязи юридическому лицу №308055 от 11.12.2015, заключенный между ООО «Красноярская сеть» и ИП Прадед А.В.; договор поставки от 29.12.2015, заключенный между ООО ТД «Сибирский-Мясопродукты»; договор поставки №1070 от 10.11.2016, заключенный между ООО «Восток-Запад» и ИП Прадед А.В.; договор поставки №422-П/10 от 15.12.2016;

- результаты лабораторных испытаний суши (роллов) от 24.11.2016;

- служебная записка от 30.08.2016.

Не согласившись с исковыми требованиями, ответчиком ООО «РИАЭКСПРЕСС», представлен письменный отзыв в котором указано следующее:

- 27.07.2016 между ООО «РИАЭКСПРЕСС» и ИП Прадед А.В., заключен договор №61 на оказание рекламных услуг. Во исполнение указанного договора ООО «РИАЭКСПРЕСС» разместил на сайте kranoyarsk.dk.ru рекламную статью с заголовком «ЁбиДоёби» покупает Оригами», в указанной статье говорилось об акции, о приобретении большого числа фигурок из бумаги – оригами;

- содержание рекламной статьи отражен в его заголовке, а заголовок статьи отражает содержание данной статьи. Статья не содержит каких-либо сведений, порочащих деловую репутацию истца, а тем более сведений о приобретении «компании Оригами»;

- истцом не представлены доказательства наличия в опубликованной статье ответчиком сведений, порочащих деловую репутацию истца, а также не представлены доказательства распространения ответчиком сведений, порочащих деловую репутацию истца;

- истец утверждает о массовом заблуждении потенциальных потребителей, при этом приводит в качестве доказательства переписку одного человека (Алёны Матвеевой); указанная переписка не может являться доказательством распространения ответчиком (ООО «РИАЭКСПРЕСС») сведений, порочащих деловую репутацию истца, так как в сообщении Алёны Матвеевой не указан источник распространения информации о продаже «компании Оригами»;

- уведомление от ООО «ФудСервис» в адрес истца о расторжении договора поставки не может являться доказательством распространения ответчиком (ООО «РИАЭКСПРЕСС») сведений, порочащих деловую репутацию истца, так как в упомянутом уведомлении не указан источник распространения информации о продаже «компании Оригами». Директор ООО «ФудСервис» делает выводы о продаже бизнеса «компании Оригами» не на основании информации полученной из официальных источников, таких как: выписка из ЕГРЮЛ, запрос в адрес истца, запрос в адрес ответчика (ООО «Ёбидоёби»);

- требование о взыскании убытков не подлежит удовлетворению, так как истцом не доказан факт нарушения ответчиком (ООО «РИАЭКСПРЕСС») законодательства о рекламе, а так же не доказан факт причинения действиями ответчика ущерба истцу;

- относительно выписки по расчетным счетам, а также выписки из кассовых книг за период с 25.07.2016 по 14.08.2016 в отношении деятельности компании «Оригами»: данные выписки не могут служить доказательством несения убытков истцом. Истцом не представлено доказательств несения каких-либо убытков, а тем более убытков в связи с публикацией статьи ответчиком (ООО «РИАЭКСПРЕСС»), также не представлено истцом доказательств о размере убытков.

Оспаривая доводы ответчиков, указанных в отзывах, истцом представлены письменные пояснения, в которых указал следующее:

- факт совместного осуществления ответчиками деятельности подтверждается скриншотами страницы сайта доставки суши «Оригами» <http://www/imagiro.ru/>, а также копиями рекламной продукции с указанием на лицо, публикующее соответствующую рекламу. Таким образом, ответчик осуществляет деятельность по доставке суши и роллов с использованием товарного знака «Оригами», что свидетельствует о нарушении

исключительного права истца на товарный знак неправомерными действиями ответчиков;

- на сайте «ёбидоёби.рф», через который ведется деятельность по доставке готовой продукции под брендом «ЁбиДоёби», указана следующая информация: «ИП Прадед Анастасия Викторовна, ОГРНИП 314246824700120, свидетельство о государственной регистрации серия 24 № 006259587 от 04.09.2014, выдано межрайонной ИФНС № 23 по Красноярскому краю». Ввиду прямого указания в законе на необходимость размещения информации подобного характера владельцем на принадлежащем ему сайте, очевидно, что фактическим владельцем сайта «ёбидоёби.рф» является ИП Прадед А.В. Именно ИП Прадед А.В. заключила договор №61 от 27.07.2016 на оказание рекламных услуг с ООО «РИАЭКСПРЕСС» о размещении на портале «Деловой квартал» в г.Красноярске рекламно-информационного материала, содержащего статью под заголовком «ЁбиДоёби покупает Оригами», согласно представленным ответчиками материалам. Указанный факт подтверждает распространение ненадлежащей рекламы ИП Прадед А.В.;

- ссылка ответчиков на употребление слова «оригами» в тексте рекламных материалов в его прямом значении, как искусства складывания фигурок из бумаги представляется недостоверной, ввиду совокупности представленных выше обстоятельств. Ссылка представителя ответчиков на орфографическую ошибку в написании слова «оригами» с заглавной буквы в рекламных материалах представляется злоупотреблением правом. Материалами дела подтверждается прямой умысел в написании «Оригами» с заглавной буквы в рекламных материалах ответчика, так как ответчик имел возможность исправить эту «орфографическую ошибку» в любое время, тем более зная о негативном отношении к такому способу написания со стороны ООО «Оригами»;

- по факту недобросовестной конкуренции Красноярским УФАС России приказом №300 от 28.11.2016 было возбуждено дело №127-14.6-16 в отношении ООО «ЁбиДоёби»;

- информация для потребителя имеет ложный характер, несмотря на намерения ответчика или рекламодателя сообщить, что-то иное. В данном случае форма умысла, прямой умысел, халатность или неосторожность, для данного дела не имеет значения, поскольку исследуется вопрос характера распространенной информации.

В обоснование доводов указанных в пояснениях истцом представлены в материалы дела:

- скриншоты страниц и переписки в социальных сетях;
- запрос Управления Федеральной антимонопольной службы по Красноярскому краю от 12.10.2016 №16920 в Федеральную службу по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам о предоставлении информации следующего содержания, является ли размещенный ООО «ЁбиДоёби» на сайте изображение сложенного из бумаги журавлика

голубого цвета; изображение сложенного из бумаги журавлика зеленого цвета; слово «Оригами» схожими до степени смешения (тождественности) с товарным знаком ИП Пузырева М.А. (свидетельство на товарный знак №495232);

- ответ от 12.10.2016 №16920 и справку Федеральной службы по интеллектуальной собственности, согласно которым представленные обозначения 1, 2 являются сходными до степени смешения с товарным знаком по свидетельству №495232, поскольку они ассоциируются с ним в целом в силу сходства изобразительных элементов; представленное обозначение 3 является сходным до степени смешения с товарным знаком по свидетельству №495232, поскольку оно ассоциируется с ним в целом в силу фонетического, сематического тождества и графического сходства общего словесного элемента «Оригами»;

- заключение Управления Федеральной антимонопольной службы по Красноярскому краю об обстоятельствах дела №127-14.6-16 от 27.04.2017 №6540;

- заключение Управления Федеральной антимонопольной службы по Красноярскому краю об обстоятельствах дела №127-14.6-16 от 28.08.2017 №14654;

- агентский договор № 16-01/17-2 от 16.01.2017 с ООО«Юридическая компания «Гребнева и партнеры».

Ответчики в обоснование отсутствия схожести обозначений и элементов в проводимой рекламной акции до степени смешения с товарным знаком истца, представили в материалы дела внесудебное экспертное заключение об использовании обозначений, сходных до степени смешения с товарным знаком от 19.12.2016 Зимина В.А., эксперта общества с ограниченной ответственностью «Национальное бюро экспертизы интеллектуальной собственности».

Отвечая на поставленный вопрос: используются ли в представленных на экспертизу рекламных материалах ООО «Ёбидоёби» (акция «Ёбидоёби» покупает «Оригами») обозначения, сходные до степени смешения с товарным знаком «Оригами» по свидетельству №495232?, эксперт указал: Нет. Представленные на экспертизу рекламные материалы ООО «Ёбидоёби» (акция «Ёбидоёби» покупает Оригами») имеют исключительно информационный характер и не могут нарушать исключительное право на товарный знак. Изобразительные элементы рекламных материалов подкрепляют смысловое значение сообщения о проводимой акции «Ёбидоёби» покупает Оригами», и не являются сходными до степени смешения с товарным знаком «Оригами».

Истцом в обоснование доводов о схожести товарного знака №495232 и рекламной акции ответчиков до степени смешения представлено в материалы дела внесудебное экспертное заключение от 26.01.2017 Патентного поверенного №1328 Войцехович А.А., на разрешение эксперта поставлены следующие вопросы:

1. Используются ли в представленных на экспертизу рекламных материалах ООО «Ёбидоёби» («Ёбидоёби покупает Оригами») обозначения тождественные или сходные до степени смешения с товарным знаком «Оригами» по свидетельству №495232?

2. Являются ли товары и услуги, оказываемые ООО «Ёбидоёби», представленные в рекламных материалах, однородными с классами МКТУ, указанными в свидетельстве №495232?

Отвечая на поставленные вопросы, эксперт указала следующее:

По первому вопросу: да, в представленных на экспертизу рекламных материалах ООО «Ёбидоёби» («Ёбидоёби» покупает Оригами) используются обозначения тождественные и сходные до степени смешения с товарным знаком «Оригами» по свидетельству №495232, а именно: - тождественный словесный элемент «Оригами»; тождественный изобразительный элемент в виде бумажного журавлика голубого цвета; сходный изобразительный элемент в виде бумажного журавлика зеленого цвета.

По второму вопросу: да, деятельность, осуществляемая компанией ООО «Ёбидоёби» является идентичной с услугами, оказываемыми службой доставки «Оригами», а именно с производством и доставкой суши и роллов, а также с товарами, указанными в свидетельстве на товарный знак № 495232 в 30 классе МКТУ- суши.

Ответчики, не согласившись с представленным в материалы дела внесудебным заключением от 26.01.2017 Патентного поверенного №1328 Войцехович А.А., указали на следующее:

- заключение эксперта Войцехович А.А. от 26.01.2017 является рецензией на заключение ответчиков. При этом вопрос по анализу самого заключения эксперту не ставили. Заключение проведено самой Войцехович А.А., а не некой экспертной организацией в которой она состоит в штате как эксперт, в связи с чем возникает вопрос о разъяснениях об уголовной ответственности. В выводе Войцехович А.А. пишет, что в рекламных материалах используются обозначения, тождественные товарному знаку Оригами;

- в мотивировочной части эксперт указывает о том, что имеют определённое сходство лишь отдельные элементы, но никак не всё обозначение целиком;

- утверждение эксперта о том, что товарный знак Оригами запрещает всем остальным лицам использовать любые фигурки из бумаги – абсурдно;

- эксперт Войцехович А.А. отмечает, что "изобразительный элемент в виде бумажного журавлика голубого цвета" тождественен товарному знаку Оригами, вместе с тем, в товарном знаке Оригами нет журавлика голубого цвета, а имеется зелёный журавлик. В связи с чем назвать идентичными фигурки разных цветов и даже форм не представляется

возможным;

- при этом экспертное заключение от 19.12.2016 Национального бюро экспертизы интеллектуальной собственности делает однозначный вывод о том, что представленная рекламная акция ответчиком имеет исключительно информационный характер и не может нарушать исключительные права на товарный знак истца.

Оспаривая доводы ответчиков относительно представленного внесудебного заключения от 26.01.2017 Войцехович А.А., истец указал:

- эксперт Войцехович А.А. является специалистом юридической компании «Гребнева и партнеры», специализирующейся на интеллектуальных спорах. 12.01.2017 от директора ЮК «Гребнева и партнеры» поступило предложение о поручении экспертизы специалисту Войцехович А.А. При этом необходимо отметить, что высокая квалификация эксперта подтверждается сведениями об образовании, стаже, занимаемой должности, рекомендации международных рейтингов. На первой странице заключения эксперта Войцехович А.А. имеется отметка о том, что ей разъяснены права и обязанности, предусмотренные ст. 82 АПК РФ, одновременно она предупреждена об уголовной ответственности по ст. 307 УК РФ за дачу заведомо ложного заключения;

- нормативная и методическая база исследования, проводимого экспертом Войцехович А.А. полнее, нежели использованная экспертом Зиминим К.Ю.

Исследовав представленные доказательства, оценив доводы лиц, участвующих в деле, арбитражный суд пришел к следующим выводам.

В соответствии со статьей 123 Конституции Российской Федерации, статьями 7, 8, 9 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации судопроизводство в арбитражном суде осуществляется на основе состязательности и равноправия сторон.

В соответствии со статьей 12 Гражданского кодекса Российской Федерации защита гражданских прав осуществляется способами, предусмотренными законом.

Правоотношения истца и ответчика, связанные с защитой права на использование товарного знака (знака обслуживания) регулируются положениями части 4 Гражданского кодекса Российской Федерации.

В силу статьи 1477 Гражданского кодекса Российской Федерации на товарный знак, то есть на обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, признается исключительное право, удостоверяемое свидетельством на товарный знак. Основное предназначение товарного знака - обеспечение потенциальному покупателю возможности отличить маркированный товар одного производителя среди аналогичных товаров другого производителя.

Согласно статье 1481 Гражданского кодекса Российской Федерации на товарный знак, зарегистрированный в Государственном реестре товарных знаков, выдается свидетельство на товарный знак. Свидетельство на товарный знак удостоверяет приоритет товарного знака и исключительное право на товарный знак в отношении товаров, указанных в свидетельстве.

В соответствии со статьей 1482 Гражданского кодекса Российской Федерации в качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы словесные, изобразительные, объемные и другие обозначения или их комбинации. Товарный знак может быть зарегистрирован в любом цвете или цветовом сочетании.

В пунктах 1, 3 статьи 1484 Гражданского кодекса Российской Федерации указано, что лицу, на имя которого зарегистрирован товарный знак (правообладателю), принадлежит исключительное право использования товарного знака любым не противоречащим закону способом (исключительное право на товарный знак). Правообладатель может распоряжаться исключительным правом на товарный знак. 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.

По смыслу пункта 2 статьи 1484 Кодекса нарушением исключительного права правообладателя на товарный знак является использование без его разрешения сходных с его товарным знаком обозначений в отношении товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, или однородных товаров, если в результате такого использования возникнет вероятность смешения, в том числе путем размещения таких обозначений на товаре, который производится, предлагается к продаже и продается или иным образом вводится в гражданский оборот на территории Российской Федерации.

Согласно пункту 1 статьи 1229 Гражданского кодекса Российской Федерации гражданин или юридическое лицо, обладающие исключительным правом на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации (правообладатель), вправе использовать такой результат или такое средство по своему усмотрению любым не противоречащим закону способом.

Правообладатель может распоряжаться исключительным правом на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации (статья 1233 Гражданского кодекса Российской Федерации).

Правообладатель может по своему усмотрению разрешать или запрещать другим лицам использование результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации. Отсутствие запрета не считается согласием (разрешением).

Другие лица не могут использовать соответствующие результат интеллектуальной

деятельности или средство индивидуализации без согласия правообладателя, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Кодексом.

По смыслу указанных норм нарушением исключительного права владельца товарного знака признается использование не только тождественного товарного знака, но и сходного с ним до степени смешения обозначения.

Для признания сходства обозначения достаточно уже самой опасности, а не реального смешения товарных знаков (обозначений) в глазах потребителя (соответствующая правовая позиция выражена в Постановлении Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 18.07.2006 по делу N 3691/06).

Понятия тождественности и сходства определяются в пункте 41 Правил составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденных Приказом Минэкономразвития России от 10.10.2016 N 647 (далее - Правила N 647). Так, обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Аналогичные признаки тождественности и сходства приведены в пункте 14.4.2 ранее действовавших Правил составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденных Приказом Роспатента от 05.03.2003 N 32.

Исключительное право истца ИП Пузырева М.А. на товарный знак №495232 подтверждено материалами дела и не оспаривается сторонами.

Из пояснений истца и материалов дела 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-rokupaet-origami-237037859> в виде заголовка: «Ебидоеби» покупает. Оригами», а также реклама была распространена в социальной сети «ВКонтакте» по адресу: <https://vk.com/ebidoebi>, «Facebook», «Twitter», «Instagram», на сайте «ёбидоёби.рф».

В материалы дела представлены скриншоты указанных сайтов.

Факт размещения рекламных материалов сторонами не оспаривается.

В рекламных акциях, распространенных в сети «Интернет» на указанных сайтах используется фирменное наименование ООО «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 указанном сайте размещены ссылки на соответствующие страницы доставки суши и роллов «ЁбиДоёби» в группе «ЁбиДоёби - доставка суши и роллов», созданной в социальной сети «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.

Ссылаясь на то, что в рекламных материалах ответчиками незаконно использован товарный знак истца №495232 в виде словестного знака Оригами и изобразительного знака - журавлика, истцом предъявлено требование о солидарном взыскании с ООО «ЁбиДаёби» и ИП Прадед А.В. компенсации в размере 100 000 руб. за незаконное использование товарного знака №495232.

Согласно пункту 13 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 13.12.2007 N 122 "Обзор практики рассмотрения арбитражными судами дел, связанных с применением законодательства об интеллектуальной собственности", вопрос о сходстве до степени смешения обозначений является вопросом факта и по общему правилу может быть разрешен судом без назначения экспертизы. Вопрос о сходстве до степени смешения обозначений, применяемых на товарах истца и ответчика, может быть разрешен судом с позиции рядового потребителя и специальных знаний не требует.

Угроза смешения имеет место, если один товарный знак воспринимается за другой или если потребитель понимает, что речь идет не об одном и том же товарном знаке, но полагает, что оба товарных знаков принадлежат одному и тому же предприятию. Такая угроза зависит от нескольких обстоятельств: во-первых, от различительной способности знаков, от сходства противопоставляемых знаков, от оценки однородности обозначенных знаком товаров и услуг.

При сопоставлении товарных знаков с точки зрения их графического и визуального сходства должно быть учтено основное правило, согласно которому вывод делается на основе восприятия не отдельных элементов, а товарных знаков в целом (общего впечатления). Для признания сходства товарных знаков достаточно уже самой опасности, а не реального смешения товарных знаков в глазах потребителей.

Обозначение является сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия. При определении сходства словесных обозначений они сравниваются: со словесными обозначениями; с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы.

При установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному производителю. Для установления однородности товаров принимается во внимание род (вид) товаров, их назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товара, круг потребителей и другие признаки.

Обозначение считается тождественным с другим обозначением, если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с пунктом 13 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 13.12.2007 N 122 "Обзор практики рассмотрения арбитражными судами дел, связанных с применением законодательства об интеллектуальной собственности" вопрос о сходстве до степени смешения обозначений является вопросом факта и по общему правилу может быть разрешен судом без назначения экспертизы.

Вопрос о сходстве до степени смешения двух изображений разрешается судом на основании сравнительного анализа противопоставляемых изображений, поскольку вопрос о степени смешения является вопросом факта и не требует специальных познаний, он может быть разрешен судом с учетом ассоциаций в целом, вызываемых изображениями, и может быть разрешен судом с позиции потребителя. Оценка вероятности смешения используемого ответчиком изображения с товарным знаком истца производится судом с точки зрения потребителей производимой продукции, в разной степени обладающих какими-либо специальными знаниями, в частности в области патентного дела, и не на основании этих знаний, а на основании восприятия сравниваемых изображений.

В силу пункта 42 Правил N 647 словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы. Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам.

На основании пункта 43 Правил N 647 изобразительные и объемные обозначения сравниваются с изобразительными, объемными и комбинированными обозначениями, в композиции которых входят изобразительные или объемные элементы. Сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков: внешняя форма; наличие или отсутствие симметрии; смысловое значение; вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное); сочетание цветов и тонов. Эти признаки учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с пунктами 5.2.1, 5.2.2 Методических рекомендаций по проверке заявленных обозначений на тождество и сходство (Утверждены Приказом Роспатента от 31.12.2009 N 197) при определении сходства изобразительных и объемных обозначений наиболее важным является первое впечатление, получаемое при их сравнении. Именно оно наиболее близко к восприятию товарных знаков потребителями, которые уже приобретали такой товар. Поэтому, если при первом впечатлении сравниваемые обозначения представляются сходными, а последующий анализ выявит отличие обозначений за счет расхождения отдельных элементов, то при оценке сходства обозначений целесообразно руководствоваться первым впечатлением.

Поскольку зрительное восприятие отдельного зрительного объекта начинается с его внешнего контура, то именно он запоминается в первую очередь. Поэтому оценку сходства обозначений целесообразно основывать на сходстве их внешней формы, не принимая во внимание незначительное расхождение во внутренних деталях обозначений.

Из пункта 5.3 Методических рекомендаций следует, что при оценке сходства изобразительных и объемных обозначений, состоящих из двух и более элементов, решающим является тождество или сходство следующих элементов: пространственно доминирующих элементов; элементов, на которых в большей степени фиксируется внимание потребителей (к таким элементам относятся, в первую очередь, изображения людей, животных, растений и других объектов, окружающих человека, а также изображения букв, цифр); элементов, которые лучше запоминаются потребителями (например, симметричные элементы; элементы, представляющие собой изображения конкретных объектов, а не абстрактных).

Таким образом, при сопоставлении товарных знаков с точки зрения их графического и визуального сходства должно быть учтено основное правило, согласно которому вывод делается на основе восприятия не отдельных элементов, а товарных знаков в целом (общего впечатления). Для признания сходства товарных знаков достаточно уже самой опасности, а не реального смешения товарных знаков в глазах потребителей.

Согласно материалам дела, классы Международной классификации товаров и услуг и перечень товаров и/или услуг, в отношении которых зарегистрирован товарный знак «Оригами»: 30 – суши, при ИП Прадед А.В. занимается доставкой суши и роллов, указанный факт не оспаривается. ООО «Ебидоеби» в письменных пояснениях указало на то, что фактически деятельность на момент распространения рекламной акции не осуществляло.

В качестве доказательств использование ответчиками товарного знака истца, в материалы дела представлены скриншоты с «Интернет» сайтов.

Как следует из материалов дела, товарный знак (знак обслуживания) №495232 истца представляет собой изображение желто-зеленого журавлика выполненного в технике оригами над словом «Оригами», которое написано белыми буквами на черном фоне в виде квадрата.

Судом установлено, что в рекламной акции ответчиков, размещенной в сети «Интернет» («ВКонтакте» по адресу: <https://vk.com/ebidoebi>, «Facebook», «Twitter», «Instagram», на сайте «ёбидоёби.рф») содержится надпись: «Ёбидоёби» покупает Оригами», которая выполнена белыми буквами на красном фоне, имеется изображение звезды после слова оригами, размещенном на основном фиолетовом фоне, далее справа размещены две фигурки журавликов желто-зеленого и синего цветов, выполненных в технике оригами, среди которых расположены три изображения звезд серого цвета. Под рекламным материалом указаны условия акции.

Кроме того, из материалов дела следует, что на информационном портале «Деловой квартал» на сайте <http://krasnoyarsk.dk.ru/news/yobidoyobi-pokupaet-origami-237037859> размещена рекламная акция в виде заголовка: «Ебидоеби» покупает. Оригами».

В материалы дела ответчиком представлено внесудебное заключение об использовании обозначений, сходных до степени смешения с товарным знаком от 19.12.2016 общества с ограниченной ответственностью «Национальное бюро экспертизы интеллектуальной собственности». Отвечая на поставленный вопрос: используются ли в представленных на экспертизу рекламных материалов ООО «Ёбидоёби» (акция «Ёбидоёби» покупает «Оригами») обозначения, сходные до степени смешения с товарным знаком «Оригами» по свидетельству №495232?, эксперт указал: Нет. Представленные на экспертизу рекламные материалы ООО «Ёбидоёби» (акция «Ёбидоёби» покупает Оригами») имеют исключительно информационный характер и не могут нарушать исключительное право на товарный знак. Изобразительные элементы рекламных материалов подкрепляют смысловое значение сообщения о проводимой акции «Ёбидоёби» покупает Оригами», и не являются сходными до степени смешения с товарным знаком «Оригами».

Опровергая доводы внесудебной экспертизы, проведенной ответчиками, истцом

представлено внесудебное экспертное заключение от 26.01.2017 Патентного поверенного №1328 Войцехович А.А., на разрешение эксперта были поставлены следующие вопросы:

1. Используются ли в представленных на экспертизу рекламных материалах ООО «Ёбидоёби» («Ёбидоёби покупает Оригами») обозначения тождественные или сходные до степени смешения с товарным знаком «Оригами» по свидетельству №495232?

2. Являются ли товары и услуги, оказываемые ООО «Ёбидоёби», представленные в рекламных материалах, однородными с классами МКТУ, указанными в свидетельстве №495232?

Отвечая на поставленные вопросы эксперт указала следующее:

По первому вопросу: да, в представленных на экспертизу рекламных материалах ООО «Ёбидоёби» («Ёбидоёби» покупает Оригами) используются обозначения тождественные и сходные до степени смешения с товарным знаком «Оригами» по свидетельству №495232, а именно: - тождественный словесный элемент «Оригами»; тождественный изобразительный элемент в виде бумажного журавлика голубого цвета; сходный изобразительный элемент в виде бумажного журавлика зеленого цвета.

По второму вопросу: да, деятельность, осуществляемая компанией ООО «Ёбидоёби» является идентичной с услугами, оказываемыми службой доставки «Оригами», а именно с производством и доставкой суши и роллов, а также с товарами, указанными в свидетельстве на товарный знак № 495232 в 30 классе МКТУ- суши.

Согласно пункту 13 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 04.04.2014 №23 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами законодательства об экспертизе», заключение эксперта по результатам проведения судебной экспертизы, назначенной при рассмотрении иного судебного дела, а равно заключение эксперта, полученное по результатам проведения внесудебной экспертизы, не могут признаваться экспертными заключениями по рассматриваемому делу.

Такое заключение может быть признано судом иным документом, допускаемым в качестве доказательства в соответствии со статьей 89 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

На основании статьи 71 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации арбитражный суд оценивает доказательства по своему внутреннему убеждению, основанному на всестороннем, полном, объективном и непосредственном исследовании имеющихся в деле доказательств. Арбитражный суд оценивает относимость, допустимость, достоверность каждого доказательства в отдельности, а также достаточность и взаимную связь доказательств в их совокупности.

Оценив представленные сторонами в материалы дела экспертные заключения, суд приходит к выводу, что экспертизы, проведенные истцом и ответчиком во внесудебном порядке, содержат противоречивые друг другу выводы и не могут быть положены в основу выводов суда по рассматриваемому спору.

При этом судом установлено, что экспертное заключение от 26.01.2017 Патентного поверенного №1328 Войцехович А.А., представленное в материалы дела истцом, по своему содержанию фактически опровергает выводы эксперта Зимина В.А., проводившего экспертизу по заданию ответчика, со ссылками на экспертное заключение.

Суд также принимает во внимание, что ходатайство о назначении судебной экспертизы в соответствии со статьей 86 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации сторонами не заявлено.

Стороны согласно статьям 8, 9 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, пользуются равными правами на представление доказательств и несут риск наступления последствий совершения или не совершения ими процессуальных действий, в том числе, представления доказательств обоснованности и законности своих требований или возражений.

С учетом приведенных выше норм права, судом разрешается вопрос о сходстве до степени смешения словесного обозначения и изображений без назначения экспертизы.

Согласно справочной литературе, смысловое значение слова оригами - японское декоративное искусство изготовления разнообразных поделок - корабликов, журавликов, цветов и т.п. - путём складывания различными способами листа бумаги.

Исходя из общедоступной электронной энциклопедии сети «Интернет» Википедия Оригами – вид декоративно-прикладного искусства; древнее искусство складывания фигурок из бумаги.

Слово оригами не имеет переносного значения, оно не является омонимом, не имеет однозначных синонимов, не склоняется, не имеет определённого рода.

Проанализировав зарегистрированное истцом словесное обозначение и изобразительный элемент (товарный знак) со словесным обозначением и изобразительными элементами в рекламных материалах ответчиков, суд приходит к выводу об их не схожести до степени смешения по всем признакам сходства данных обозначений.

Одинаковое звучание используемого слова «Оригами», с учетом смысловой направленности рекламной акции ответчиков и в соответствии со всей информацией содержащейся в рекламной акции, с учетом 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».

При этом суд считает необходимым отметить следующее.

Термин «товарный знак» используется только применительно к знакам, которыми маркируются (обозначаются) товары (пункт 1 статьи 1477 ГК РФ). Товарные знаки выполняют четыре основных функции: выделения товара или услуг среди подобных, представленных на рынке; указание на источник происхождения товара или услуги; указание на определенное их качество; рекламирование данного товара или услуги.

Правовой охране подлежат товарные знаки именно в том виде, в котором они зарегистрированы.

Как следует из пояснений ответчиков, использование ООО «ЁбиДаёби» журавликов, выполненных в технике оригами, не имело своей целью индивидуализации товаров. Под указанной маркировкой товары не продавались и потребители не могли выбирать товар, ориентируясь на изображение журавликов и слово Оригами в рекламной акции.

Употребление слова Оригами в его прямо значении само по себе не может нарушать исключительное право на товарный знак, принадлежащий истцу.

Суд полагает, 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 соотношение данного слова непосредственно с товарным знаком ИП Пузырева М.А.

Кроме того, суд обращает внимание на то обстоятельство, что ответчиком не маркировался, не продавался и не предлагался к продаже товар с обозначением в виде словестного обозначения «Оригами».

Данное слово было использовано ответчиком в акции, содержание которой свидетельствует о приобретении ответчиками бумажных фигурок, выполненных по технике оригами.

Кроме того, при оценке представленных в материалы дела скриншотов со спорной рекламной акцией ответчиков, суд исходит из того, что слово Оригами, указанное после слов: «Ебидоеби» покупает...» на информационном портале «Деловой квартал» совместно с иной информацией, выполнено иным шрифтом в белом цвете на фоне фотографии мужчины, под фотографией которого содержится информация об условиях проводимой обществом акции, о возможности получения бонусов при предъявлении бумажных фигурок оригами за продукцию общества.

Судом установлено, что в рекламной акции ООО «Ёбидоёби», размещенной на информационном портале «Деловой квартал» отсутствует изображение журавлика выполненного в технике оригами.

При этом суд исходит из того, что товарный знак истца представляет собой совокупность словесного обозначения и изобразительного элемента в виде одного журавлика, являющихся единым целым.

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

Зеленый журавлик, используемый в акции ответчиков имеет иную форму, расположение и размер, нежели зеленый журавлик, используемый истцом в товарном знаке, синий журавлик похож по форме и размеру с журавликом, расположенным на товарном знаке истца, но он имеет иной цвет – синий. Товарный знак истца содержит один изобразительный элемент – журавлик, тогда как в размещенной рекламной акции ответчика присутствуют два изобразительных элемента (два журавлика).

Решающим является не сходство отдельных изобразительных элементов или слов, а целостные впечатления, которые испытывает потребитель.

Кроме того, суд учитывает, что фигурка журавлика является распространенным элементом обозначения прикладного искусства оригами, о чем свидетельствуют соответствующие сведения сети «Интернет».

Суд обращает внимание, что каких-либо ссылок на товарный знак истца, на его фирменное наименование, владельце товарного знака, рекламная акция не содержит, в связи с чем, не может быть направлена на индивидуализацию товаров и услуг, предлагаемых истцом.

При указанных обстоятельствах, а также учитывая, что ответчики не маркировали, не продавали и не предлагали к продаже какой-либо товар с изображением журавлика, фактически использовали данное изображение в акции, содержание которой свидетельствует о приобретении ответчиками бумажных фигурок, выполненных по технике оригами, суд приходит к выводу о том, что изобразительные элементы не являются сходными до степени смешения и не могут ввести в заблуждение потенциального потребителя.

Приведенные обстоятельства свидетельствуют об отсутствии оснований для взыскания с ответчиков компенсации за незаконное использование товарного знака №495232 в заявленном истцом размере.

Кроме того, истец полагает, что распространенная ответчиками 01.08.2016 в сети «Интернет» на сайте <http://krasnoyarsk.dk.ru/news/yobidoyobi-pokupaet-origami-237037859> рекламная акция с заголовком в виде текста: ««ЁбиДоёби» покупает. Оригами» является не действительной и порочит деловую репутацию истца.

В связи с распространением указанной выше информации, истцом заявлено требование к ООО «ЁбиДаёби» и индивидуальному предпринимателю Прадед А.В. о признании информации, размещенной на информационном портале «Деловой квартал» по адресу: <http://krasnoyarsk.dk.ru/news/yobidoyobi-pokupaet-origami-237037859> в виде заголовка: ««Ебидаеби» покупает.Оригами» недействительной, порочащей честь, достоинство и деловую репутацию ИП Пузырева М.А.

С учетом, представленного в материалы дела договора на оказание рекламных услуг №61 от 27.07.2016, заключенного между ООО «РИАЭКСПРЕСС» и ИП Прадед А.В., истцом предъявлено требование к ООО «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> в виде заголовка ««ЁбиДоёби» покупает. Оригами».

Согласно статье 150 Гражданского кодекса Российской Федерации честь, достоинство и деловая репутация являются нематериальными благами, принадлежащими от рождения или в силу закона.

Нематериальные блага защищаются в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации и другими законами в случаях и порядке, которые ими предусмотрены, а также в тех случаях и в тех пределах в каких использование способов защиты гражданских прав вытекает из существа нарушенного нематериального права и характера последствий этого нарушения.

В соответствии с пунктами 1, 7 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации юридическое лицо вправе требовать по суду опровержения порочащих его деловую репутацию сведений, если распространивший такие сведения не докажет, что они соответствуют действительности.

В Обзоре практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации, утвержденном Президиумом Верховного Суда Российской Федерации от 16.03.2016 (далее - Обзор), а именно в его вводной части и пункте 4 указано следующее.

Решение об удовлетворении иска о защите чести, достоинства и деловой репутации выносится судом в случае установления совокупности трех условий: сведения должны носить порочащий характер, быть распространены и не соответствовать действительности. При этом заявитель обязан доказывать факт распространения сведений лицом, к которому предъявлен иск, и порочащий характер этих сведений. На ответчика же возложена обязанность доказать, что распространенные им сведения соответствуют действительности. Отсутствие хотя бы одного обстоятельства из обязательной совокупности вышеперечисленных условий для удовлетворения иска является основанием для отказа в удовлетворении заявленных требований.

Аналогичные разъяснения относительно перечня условий для удовлетворения иска и распределения бремени доказывания приведены в пунктах 7 и 9 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.02.2005 N 3 "О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц" (далее - Постановления N 3).

Как следует из пункта 7 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.02.2005 N 3 "О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц", обстоятельствами, имеющими в силу статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации значение для дела, являются факт распространения ответчиком сведений об истце, несоответствие их действительности и порочащий характер этих сведений.

Не соответствующими действительности сведениями являются утверждения о фактах или событиях, которые не имели места в реальности во время, к которому относятся оспариваемые сведения.

Порочащими, в частности, являются сведения, содержащие утверждения о нарушении гражданином или юридическим лицом действующего законодательства, совершении нечестного поступка, неправильном, неэтичном поведении в личной, общественной или политической жизни, недобросовестности при осуществлении производственно-хозяйственной и предпринимательской деятельности, нарушении деловой этики или обычаев делового оборота, которые умаляют честь и достоинство гражданина или деловую репутацию гражданина либо юридического лица.

Применительно к предпринимательской деятельности, под критерий порочащих могут подпадать не только сведения об очевидно аморальном и неэтичном поведении лица, но и те, которые хотя и не свидетельствуют о таком поведении, но все же умаляют действительные качества (достоинства) того или иного субъекта, действующего в сфере бизнеса, явно занижают достигнутые (в том числе экономические) показатели, ставят под сомнение его

конкурентоспособность и рыночную состоятельность, что сможет негативно повлиять на деловые отношения с контрагентами, снизить спрос на производимый товар, то есть повлечь неблагоприятный хозяйственный результат.

Под распространением сведений, порочащих честь и достоинство граждан или деловую репутацию граждан и юридических лиц, следует понимать опубликование таких сведений в печати, трансляцию по радио и телевидению, демонстрацию в кинохроникальных программах и других средствах массовой информации, распространение в сети Интернет, а также с использованием иных средств телекоммуникационной связи, изложение в служебных характеристиках, публичных выступлениях, заявлениях, адресованных должностным лицам, или сообщение в той или иной, в том числе устной, форме хотя бы одному лицу.

Следовательно, обстоятельствами, имеющими значение для данной категории дел, которые должны быть установлены судом, являются:

- факт распространения ответчиком сведений об истце,
- порочащий характер этих сведений,
- и несоответствие их действительности.

Как уже было указано, для удовлетворения иска необходимо наличие всей совокупности перечисленных обстоятельств.

При этом обязанность доказывания факта распространения сведений, а также порочащего характера этих сведений лежит на истце. Обязанность по доказыванию соответствию действительности распространенных сведений лежит на ответчике.

В пункте 5 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 N 3 "О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц" разъяснено, что надлежащими ответчиками по искам о защите чести, достоинства и деловой репутации являются авторы не соответствующих действительности порочащих сведений, а также лица, распространившие эти сведения.

Пунктом 9 Постановления Пленума ВС РФ от 24.02.2005 N 3 со ссылкой на статью 10 Конвенции "О защите прав человека и основных свобод" и статью 29 Конституции Российской Федерации разъяснено, что в соответствии с позицией Европейского Суда по правам человека при рассмотрении дел о защите чести, достоинства и деловой репутации судам следует различать имеющие место утверждения о фактах, соответствие действительности которых можно проверить, и оценочные суждения, мнения, убеждения, которые не являются предметом судебной защиты в порядке статьи 152 Гражданского

кодекса, поскольку, являясь выражением субъективного мнения и взглядов ответчика, не могут быть проверены на предмет соответствия их действительности.

Таким образом, защита деловой репутации возможна при наличии факта распространения не соответствующих действительности сведений, которые порочат деловую репутацию лица.

Из материалов дела следует, что истец ИП Пузырев М.А. считает не соответствующими действительности и порочащими его деловую репутацию сведения, распространенные в сети «Интернет» на информационном портале «Деловой квартал» по адресу: <http://krasnoyarsk.dk.ru/news/yobidoyobi-pokupaet-origami-237037859> в виде заголовка: «Ебидоеби» покупает. Оригами».

Факт распространения спорных сведений в виде рекламной акции ответчиков, размещенной на информационном портале «Деловой квартал», подтвержден материалами дела и сторонами не оспаривается.

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

Истец пояснил, что результатом распространения ответчиками информации явилось снижение спроса и приобретение продукции, производимой истцом – суши (роллов), в обоснование чего представил в материалы дела выписки из лицевого счета ИП Пузырева М.А. за период с 25.07.2016 по 14.08.2016.

В материалы дела представлены 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 ООО «ФудСервис» о расторжении договоров от 10.11.2014 №87, №88, №89, №90, в которых указано, что поставщику стало известно о продаже покупателем бизнеса ООО "ЁбиДоёби", вследствие чего у поставщика возникли сомнения в платежеспособности покупателя, с учетом негативной деловой репутации ООО "ЁбиДоёби" дальнейшее сотрудничество не представляется возможным.

Анализируя содержание информации, указанной ответчиками на сайте <http://krasnoyarsk.dk.ru/news/yobidoyobi-pokupaet-origami-237037859> в виде заголовка: «Ебидоеби» покупает. Оригами», суд установил, что изложенные в рекламной акции ООО

«ЁбиДаёби» сведения представляет собой информативное сообщение для неопределенного круга лиц о проводимой рекламной акции, условиях и способе участия в ней.

При этом истцом 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. Указание на истца в оспариваемом сообщении (рекламной акции) отсутствует.

Довод истца о том, что из смысла названной рекламной акции ООО «ЁбиДаёби» у потребителя складывается впечатление покупки ООО «ЁбиДаёби» фирмы ООО «Оригами», судом отклоняется, поскольку определением от 23.03.2017 производство по исковым требованиям ООО «Оригами» к ООО «ЁбиДаёби» и ИП Прадед А.В. прекращено. Кроме того, рекламная акция не содержит сведений по приобретению юридического лица.

Как было указано выше, рекламная акция содержит следующие сведения: ««ЁбиДоеби» покупает. Оригами». Красноярская фирма по доставке суши и роллов «ЁбиДоеби», 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 полюбили 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!».

Указанная рекламная акция не содержит сведений о том, что общество «ЁбиДаёби» приобретает коммерческое обозначение «Оригами», из содержания рекламной акции следует о приобретении фигурок из бумаги, сложенных с использованием техники оригами.

В соответствии с абзацем пятым пункта 7 Постановления Пленума N 3, под порочащими сведениями следует понимать не соответствующие действительности сведения, содержащие утверждение о нарушении лицом действующего законодательства, совершении нечестного поступка, неправильном, неэтичном поведении в личной, общественной или политической жизни, недобросовестности при осуществлении производственно-хозяйственной и предпринимательской деятельности, нарушении деловой этики или обычаев делового оборота, которые умаляют честь и достоинство гражданина или деловую репутацию

гражданина либо юридического лица, т.е. сведения, свидетельствующие о совершении лицом действий предосудительного характера.

Под репутацией понимается приобретаемая общественная оценка, общее мнение о качествах, достоинствах и недостатках кого, кого-либо, чего, чего-либо. (С.И. Ожегов и Н.Ю. Шведова, толковый словарь русского языка 44-е издание, М. 2002 г.).

Деловая репутация, являясь видовым понятием, представляет собой набор качеств и оценок, с которыми их носитель ассоциируется в глазах своих контрагентов, клиентов, потребителей и персонифицируется среди других профессионалов в той или иной области деятельности.

В международной практике деловая репутация является объектом коммерческого оборота.

Таким образом, деловая репутация является правовой категорией, умаление которой несет для участников хозяйственного оборота правовые последствия негативного характера.

Суд исходит из того, что буквальное толкование рекламной акции (название рекламной акции) проводимой ООО «ЁбиДаёби» сводится непосредственно к тому, что общество покупает подделки ручной работы, выполненные по технике оригами.

Из пояснений ответчиков следует, что акция, размещенная на информационном портале «Деловой квартал» проводилась, на основании предъявленных покупателями фигурок оригами последние получали соответствующую услугу согласно условиям акции, доказательств обратного в материалы дела не представлено.

С учетом исследованных доказательств, пояснений сторон, суд приходит к выводу о том, что информация, изложенная в рекламной акции ответчиков и размещенная на информационном портале «Деловой квартал» по адресу: <http://krasnoyarsk.dk.ru/news/yobidoyobi-pokupaet-origami-237037859> в виде заголовка: ««Ёбидаеби» покупает. Оригами» соответствует действительности, не является для истца ИП Пузырева М.А. порочащей, поскольку в совокупности с обстоятельствами и условиями ее размещения не содержит каких-либо сведений в отношении истца.

Содержание рекламной акции ответчиков отражено в названии статьи, при этом содержание условий акции не содержит в себе каких-либо сведений, порочащих деловую репутацию истца.

Довод истца о том, что название рекламной акции ответчиков вводит в заблуждение потребителей, что подтверждается представленной перепиской Матвеевой А. и ООО «ЁбиДаёби», суд отклоняет, так как представленные сведения не могут являться доказательством распространения ответчиками недостоверной информации, каких-либо

сведений представленная переписка не содержит и не свидетельствует о том, что данные сведения могут опорочить деловую репутацию непосредственно ИП Пузырева М.А.

Кроме того, суд отмечает, что скриншот интернет сайта «Instagram» со спорной рекламной акцией, содержит отзыв посетителя, из которого однозначно следует о понимании оставившим отзыв лицом о цели акции – приобретение фигурок (журавликов).

Представленные в материалы дела выписки из лицевого счета ИП Пузырева М.А. за период с 25.07.2016 по 14.08.2016 в подтверждение снижения доходов истца не являются допустимыми и относимыми доказательствами распространения сведений, порочащих деловую репутацию истца.

Кроме того, причинно-следственная связь между фактическим снижением доходов истца и проводимой рекламной акцией ответчиков документально не подтверждена.

Представленные в материалы дела договоры поставки и последующее их расторжение в одностороннем порядке контрагентом, со ссылкой на полученную информацию о продаже организации, не принимаются судом, поскольку сведения, указанные в уведомлении о расторжении договоров носят предположительный характер, кроме того не содержат ссылки на конкретную информацию, являющуюся основанием для данного вывода контрагента.

Представленные истцом в материалы дела заключения Управления Федеральной антимонопольной службы по Красноярскому краю об обстоятельствах дела №127-14.6-16 от 27.04.2017 №6540 и от 28.08.2017 №14654 в силу статьи 69 Арбитражного кодекса Российской Федерации не являются преюдициальными по отношению к настоящему делу, приняты в отношении не только участников настоящего спора, но и иных лиц. В рамках дела рассматриваемого УФАС по Красноярскому краю решался вопрос о конкуренции хозяйствующих субъектов, который не является предметом рассмотрения в рамках настоящего дела.

При этом ссылка истца на социологический опрос, проведенный в рамках рассмотрения Управлением Федеральной антимонопольной службы по Красноярскому краю дела судом не принимается, поскольку из заключения УФАС по Красноярскому краю следует о наличие двух противоречивых друг другу социологических опросах. Суд при рассмотрении настоящего спора, с учетом заявленных требований, исходит из совокупности всех представленных в материалы дела доказательств.

С учетом изложенного, оценив в порядке статьи 71 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации представленные доказательства в их совокупности и взаимосвязи, суд полагает требования истца о признании распространенной ответчиками информации не соответствующей действительности, порочащей честь, достоинство и

деловую репутацию ИП Пузырева М.А., а также об обязанности ООО «РИАЭКСПРЕСС» удалить указанную информацию, не обоснованными и не подлежащими удовлетворению.

При указанных обстоятельствах суд отклоняет доводы истца и отказывает в удовлетворении иска в полном объеме.

Согласно части 2 статьи 168 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации при принятии решения арбитражный суд распределяет судебные расходы.

В силу статьи 110 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации судебные расходы по уплате государственной пошлины относятся на истца.

Решение в окончательной форме подписано в виде электронного документа усиленной квалифицированной электронной подписью судьи и направлено лицам, участвующим в деле, посредством его размещения на официальном сайте суда в сети «Интернет».

По ходатайству лиц, участвующих в деле, копии определения на бумажном носителе могут быть направлены им в пятидневный срок со дня поступления соответствующего ходатайства заказным письмом с уведомлением о вручении или вручены им под расписку.

Руководствуясь статьями 167 – 170, 176 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, Арбитражный суд Красноярского края

РЕШИЛ:

В иске отказать.

Взыскать с индивидуального предпринимателя Пузырева Михаила Анатольевича (ИНН 244700013162, ОГРН 312245421200019, г. Енисейск) в доход федерального бюджета 6 000 руб. государственной пошлины.

Настоящее решение может быть обжаловано в течение месяца после его принятия путём подачи апелляционной жалобы в Третий арбитражный апелляционный суд.

Апелляционная жалоба на настоящее решение подаётся через Арбитражный суд Красноярского края.

Судья

А.А. Горбатова