ПОСТАНОВЛЕНИЯ
Десятого арбитражного апелляционного суда

Использование результатов интеллектуальной собственности и средств индивидуализации, которые являются объектом исключительных прав, может осуществляться третьими лицами только с согласия правообладателя. Нарушение исключительных прав истца подтверждается отсутствием у ответчика договора с правообладателем, свидетельствующего о правомерности использования товарного знака.

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
от 1 февраля 2010 г.
по делу № А41-31298/09
(извлечение)

ООО «Концепт-Косметика» обратилось в Арбитражный суд Московской области с иском к ФГУП «Красноармейский научно-исследовательский институт механизации» (далее — ФГУП «КНИИМ») об обязании прекратить незаконное использование зарегистрированного на имя ООО «Концепт-Косметика» товарного знака «БИОКРИМ» и взыскании компенсации в размере 1,5 млн руб.

Исковые требования основаны на нормах ст. 1477, 1484, 1515 Гражданского кодекса РФ.

Решением Арбитражного суда Московской области от 23.10.2009 ФГУП «КНИИМ» обязано прекратить незаконное использование зарегистрированного на имя ООО «Концепт-Косметика» товарного знака «БИОКРИМ». Взыскана с ФГУП «КНИИМ» в пользу ООО «Концепт-Косметика» компенсация в размере 100 тыс. руб.

Не согласившись с данным решением, ООО «Концепт-Косметика» обратилось в Десятый арбитражный апелляционный суд с апелляционной жалобой, в которой просит решение отменить в части отказа в удовлетворении заявленных требований о взыскании 1 500 000 руб., полагая, что судом первой инстанции нарушены нормы

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 18 06.09.10 18:24

материального права и выводы суда не соответствуют фактическим обстоятельствам дела.

В судебном заседании суда апелляционной инстанции заявитель апелляционной жалобы поддержал изложенные в ней доводы в полном объеме, просил решение суда первой инстанции в части отказа в удовлетворении заявленных ООО «Концепт-Косметика» требований о взыскании 1,5 млн руб. отменить, исковые требования удовлетворить в полном объеме.

Представитель ответчика против доводов апелляционной жалобы возражал, решение суда первой инстанции считает законным и обоснованным.

Законность и обоснованность решения суда проверены в соответствии со ст. 266—268 АПК РФ.

Исследовав материалы дела, доводы апелляционной жалобы, заслушав представителей лиц, участвующих в деле, апелляционный суд не находит оснований для отмены решения суда.

Как следует из материалов дела, ООО «Концепт-Косметика» является правообладателем товарного знака в виде словесного обозначения «БИОКРИМ» в отношении товаров, указанных в приложении № 1 к Договору № 1 об уступке товарного знака от 15.08.2005.

Договор об уступке товарного знака в отношении всех товаров и (или) услуг был зарегистрирован в Федеральной службе по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам 23 апреля 2009 г. № РД0049481.

В обоснование заявленных требований истец указывает на то, что ответчик, не имея разрешения истца на использование указанного товарного знака, незаконно использует его в отношении производимой ответчиком продукции.

ООО «Концепт-Косметика» как обладатель исключительных прав не предоставляло ни ответчику, ни его сотрудникам права на использование данного товарного знака.

В результате незаконного использования товарного знака в виде словесного обозначения «БИОКРИМ» ответчиком были нарушены исключительные имущественные права ООО «Концепт-Косметика».

Суд первой инстанции, удовлетворяя исковые требования частично, исходил из доказанности факта незаконного использования ответчиком путем размещения товарного знака в виде словесного обозначения «БИОКРИМ» на контрафактную продукцию, исключительные права на которую принадлежат ООО «Концепт-Косметика», при этом суд посчитал соразмерной нарушению исключительного права компенсацию в размере 100 тыс. руб.

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 19 06.09.10 18:24

Суд апелляционной инстанции считает указанный вывод суда первой инстанции законным и обоснованным, сделанным на основе полного и всестороннего исследования всех обстоятельств дела и с правильным применением норм материального права.

В соответствии со ст. 1477 ГК РФ на товарный знак, т.е. на обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, признается исключительное право, удостоверяемое свидетельством на товарный знак (ст. 1481).

В соответствии со ст. 1484 ГК РФ лицу, на имя которого зарегистрирован товарный знак (правообладателю), принадлежит исключительное право использования товарного знака согласно ст. 1229 настоящего Кодекса любым не противоречащим закону способом (исключительное право на товарный знак), в том числе способами, указанными в п. 2 настоящей статьи. Правообладатель может распоряжаться исключительным правом на товарный знак.

Статьей 1515 ГК РФ установлено, что товары, этикетки, упаковки товаров, на которых незаконно размещены товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение, являются контрафактными. Правообладатель вправе требовать изъятия из оборота и уничтожения за счет нарушителя контрафактных товаров, этикеток, упаковок товаров, на которых размещены незаконно используемый товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение. В тех случаях, когда введение таких товаров в оборот необходимо в общественных интересах, правообладатель вправе требовать удаления за счет нарушителя с контрафактных товаров, этикеток, упаковок товаров незаконно используемого товарного знака или сходного с ним до степени смешения обозначения.

В судебном заседании апелляционного суда представитель ООО «Концепт-Косметика» пояснил, что настоящие исковые требования предъявлены на основании п. 1 ч. 4 ст. 1515 ГК РФ, согласно которому правообладатель вправе требовать по своему выбору от нарушителя вместо возмещения убытков выплаты компенсации в размере от 10 тыс. до 5 млн руб., определяемом по усмотрению суда исходя из характера нарушения.

Суд первой инстанции установил, что ООО «Концепт-Косметика» является правообладателем товарного знака «БИОКРИМ» с даты регистрации договора об отчуждении товарного знака № РД0049481 в Роспатенте с 23.04.2009, сведения о регистрации договора опубликованы в официальном бюллетене Роспатента «Товарные знаки» по состоянию на 25.05.2009.

В соответствии со ст. 1229 ГК РФ использование результатов интеллектуальной собственности и средств индивидуализации, которые являются объектом исключительных прав, может осуществляться третьими лицами только с согласия правообладателя.

Ответчик — ФГУП «КНИИМ», не имея разрешения на использование товарного знака «БИОКРИМ», осуществлял реализацию контрафактной продукции, незакон-

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 20 06.09.10 18:24

но размещая на ней данный товарный знак, что является нарушением исключительных прав ООО «Концепт-Косметика».

Данный факт подтверждается отсутствием у ответчика договора с правообладателем, свидетельствующего о правомерности использования товарного знака «БИОКРИМ», а также представленной ответчиком в суде первой инстанции справки об объемах производства (выпуск шампуня «БИОКРИМ») по данным бухгалтерии от 16.10.2009 № 66-3629, в соответствии с которой ФГУП «КНИИМ» за 2009 г. реализовало 8233 флаконов шампуня на сумму 164 660 руб.

Таким образом, суд первой инстанции обоснованно признал доказанным факт нарушения прав истца и правомерно в соответствии с положениями п. 1 ч. 4 ст. 1515 ГК РФ по своему усмотрению определил размер компенсации, исходя из характера нарушения.

При указанных обстоятельствах вывод суда первой инстанции о том, что ответчик без согласия правообладателя незаконно размещает товарный знак в виде словесного обозначения «БИОКРИМ» на контрафактной продукции, соответствует имеющимся в деле доказательствам.

Доводы заявителя, изложенные в апелляционной жалобе, не содержат фактов, которые не были бы проверены и не учтены судом первой инстанции при рассмотрении дела и имели бы юридическое значение для вынесения судебного акта по существу, влияли на обоснованность и законность судебного акта либо опровергали выводы суда первой инстанции, в связи с чем признаются судом апелляционной инстанции несостоятельными и не могут служить основанием для отмены оспариваемого решения Арбитражного суда Московской области.

Нарушений норм процессуального права, являющихся безусловным основанием для отмены судебного акта, судом первой инстанции не допущено.

В связи с вышеизложенным оснований для отмены решения суда первой инстанции не имеется.

Руководствуясь ст. 266, 268, п. 1 ст. 269, ст. 271 АПК РФ, суд постановил:

решение Арбитражного суда Московской области от 23.10.2009 по делу № А41-31298/09 оставить без изменения, апелляционную жалобу — без удовлетворения.

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 21 06.09.10 18:24

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 на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот. Товарное обозначение было размещено ответчиком на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот, — в таможенной декларации, что является нарушением прав истца на товарный знак.

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
от 29 марта 2010 г.
по делу № А41-39410/09
(извлечение)

Открытое акционерное общество «АВТОВАЗ» обратилось в Арбитражный суд Московской области с иском к обществу с ограниченной ответственностью «Оберон» о взыскании 978 827 руб. компенсации за незаконное использование ответчиком общеизвестных товарных знаков: словесного *LADA*, изобразительного «Ладья в овале», принадлежащих истцу на основании свидетельств № 46, 47, 273155, 276520, с приоритетом от 05.12.2002.

В качестве третьего лица, не заявляющего самостоятельных требований относительно предмета спора, в деле участвует Тверская таможня.

Решением Арбитражного суда Московской области от 15.01.2010 исковые требования удовлетворены в полном объеме.

Не согласившись с решением суда, ООО «Оберон» подало апелляционную жалобу, в которой просит его отменить. По мнению заявителя, выводы суда первой инстанции, изложенные в решении, не соответствуют материалам дела, судом неправильно применены нормы материального и процессуального права, а также неполно выяснены обстоятельства, имеющие значение для дела.

В судебном заседании представители ответчика поддержали доводы апелляционной жалобы, просили отменить решение суда первой инстанции.

Истец представил отзыв на апелляционную жалобу, в котором просит оставить решение суда первой инстанции без изменения, а в удовлетворении апелляционной жалобы — отказать.

В заседании арбитражного апелляционного суда представитель истца также просил оставить решение суда первой инстанции без изменения, а апелляционную жалобу — без удовлетворения.

Третье лицо — Тверская таможня полномочного представителя в судебное заседание не направила. О времени и месте судебного разбирательства извещена надлежащим образом.

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 22 06.09.10 18:24

В соответствии со ст. 156 АПК РФ апелляционная жалоба рассмотрена в отсутствие третьего лица.

Рассмотрев материалы дела, обсудив доводы апелляционной жалобы, отзыва на апелляционную жалобу, выслушав представителей истца и ответчика, арбитражный апелляционный суд считает, что решение суда первой инстанции не подлежит отмене.

Согласно ст. 1477 ГК РФ на товарный знак, т.е. на обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, признается исключительное право, удостоверяемое свидетельством на товарный знак (ст. 1481 ГК РФ).

В соответствии со ст. 1484 ГК РФ лицу, на имя которого зарегистрирован товарный знак (правообладателю), принадлежит исключительное право использования товарного знака в соответствии со ст. 1229 названного Кодекса любым не противоречащим закону способом (исключительное право на товарный знак), в том числе способами, указанными в п. 2 названной статьи. Правообладатель может распоряжаться исключительным правом на товарный знак.

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, также в объявлениях, на вывесках и в рекламе;

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

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.

Положениями ст. 1515 ГК РФ установлена ответственность за незаконное использование товарного знака, согласно которой товары, этикетки, упаковки товаров,

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 23 06.09.10 18:24

на которых незаконно размещены товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение, являются контрафактными.

Правообладатель вправе требовать изъятия из оборота и уничтожения за счет нарушителя контрафактных товаров, этикеток, упаковок товаров, на которых размещены незаконно используемый товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение. В тех случаях, когда введение таких товаров в оборот необходимо в общественных интересах, правообладатель вправе требовать удаления за счет нарушителя с контрафактных товаров, этикеток, упаковок товаров незаконно используемого товарного знака или сходного с ним до степени смешения обозначения.

Лицо, нарушившее исключительное право на товарный знак при выполнении работ или оказании услуг, обязано удалить товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение с материалов, которыми сопровождается выполнение таких работ или оказание услуг, в том числе с документации, рекламы, вывесок.

В соответствии с подп. 1 п. 3 ст. 1483 ГК РФ не допускается регистрация в качестве товарных знаков или их элементов обозначений, являющихся похожими или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя.

К таким обозначениям в соответствии с п. 2.5 Правил составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

Обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение, если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из его элементов.

Вопрос о сходстве до степени смешения двух словесных обозначений, являющихся товарным знаком истца и применяемых на упаковке, используемой ответчиком, может быть разрешен судом с позиции рядового потребителя и специальных знаний не требует.

Пунктом 14.4.2 Правил составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденных приказом Российского агентства по патентам и товарным знакам от 05.03.2003 № 32, установлено, что обозначение считается тождественным с другим обозначением, если оно совпадает с ним во всех элементах; в случае если одно обозначение ассоциируется с другим обозначением в целом, несмотря на их отдельные отличия, они считаются сходными до степени смешения.

Как следует из материалов дела, ОАО «АВТОВАЗ» является обладателем прав на общеизвестные товарные знаки: словесного *LADA*, изобразительного «Ладья в овале», принадлежащих истцу на основании свидетельств № 46, 47, а также свидетельств № 273155, 276520, с приоритетом от 05.12.2002.

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 24 06.09.10 18:24

При ввозе ООО «Оберон» на территорию Российской Федерации товаров: товар № 17 электрический усилитель звуковой частоты для автомобильных акустических систем, модель *AL* 100.2 (торговая марка *LADA*, изготовитель *Dae Sung Hi-Tech Electronics Co., Ltd*., Корея) в количестве 900 штук стоимостью 10 179 долл.; товар № 18 электрический усилитель звуковой частоты для автомобильных акустических систем, модель AL 100.4 (торговая марка *LADA*, изготовитель *Dae Sung Hi-Tech Electronics Co., Ltd*., Корея) в количестве 300 штук стоимостью 5373 долл., на Тверской таможенный пост была представлена таможенная декларация № 10115062/080709/0002105.

В материалах дела имеется также копия акта таможенного досмотра № 10115062/130709/000547, проведенного в ходе таможенного контроля товаров, задекларированных по ГТД № 10115062/080709/0002105 с приложениями к нему.

Согласно указанному акту таможенного досмотра в товарной партии находятся следующие товары:

— двухканальные усилители мощности модели *AL* 100.2, упакованные по 1 шт. в индивидуальные картонные коробки, на которых имеется маркировка, выполненная полиграфическим способом на синем фоне белым цветом: лицензировано и сертифицировано ОАО «АВТОВАЗ» *AL* 100.2, знак РСТ, знак ладьи в овале и надпись *LADA* 2-канальный усилитель мощности. На усилителях имеется маркировка в виде знака ладьи в овале и надписи *LADA AL* 100.2, выполненные белым цветом на черном фоне, а также бумажная наклейка с маркировкой: знак ладьи в овале, *LADA, Model No: AL* 100.2, серийный номер *CE, Made In Korea*;

— четырехканальные усилители мощности модели *AL* 100.4, упакованные по 1 шт. в индивидуальные картонные коробки, на которых имеется маркировка, выполненная полиграфическим способом на синем фоне белым цветом: лицензировано и сертифицировано ОАО «АВТОВАЗ» *AL* 100.4, знак РСТ, знак ладьи в овале и надпись *LADA* 4-канальный усилитель мощности. На усилителях имеется маркировка в виде знака ладьи в овале и надписи *LADA AL* 100.4, выполненные белым цветом на черном фоне, а также бумажная наклейка с маркировкой: знак ладьи в овале, *Lada, Model No: Al* 100.4, серийный номер, *CE, Made In Korea*. Стоимость товаров в декларации указана в валюте — долл. по курсу 31,4595 руб.

Обратившись с настоящим иском, истец сослался на ст. 1484, 1252, 1515 ГК РФ, а также на то обстоятельство, что права на использование товарных знаков *LADA* и «Ладья в овале» обществу с ограниченной ответственностью «Оберон» не предоставлял.

Истец считает, что ответчик, разместив изображение товарных знаков *LADA* и «Ладья в овале», нарушил его исключительные права на указанные товарные знаки.

В качестве компенсации за нарушение исключительных прав на товарные знаки *LADA* и «Ладья в овале» истец просит взыскать 978 827 руб. 32 коп., т.е. двукратный размер стоимости декларированных ответчиком товаров, общая стоимость которых составляет 489 413 руб. 66 коп.

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 25 06.09.10 18:24

При определении сходства обозначений арбитражным судом первой инстанции были исследованы звуковое, графическое и смысловое сходство обозначений, а также значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в обозначении.

В соответствии с п. 14.4.2, 14.4.2.3 Правил составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденных приказом Роспатента от 05.03.2003 № 32, зарегистрированного в Минюсте РФ 25 марта 2003 г. за № 4322, 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. Вопрос о сходстве до степени смешения обозначений является вопросом факта и по общему правилу может быть разрешен судом с точки зрения потребителя.

Оценив непосредственно изображение товарных знаков *LADA* и «Ладья в овале», принадлежащих истцу, и обозначение товарных знаков *LADA* и «Ладья в овале» в таможенной декларации, представленной ответчиком в Тверскую таможню, и сравнив их, арбитражный суд первой инстанции пришел к выводу о наличии между ними сходства до степени смешения.

В частности, в сравниваемых товарных знаках *LADA* словесные элементы выполнены заглавными буквами латинского алфавита, в знаках применен совпадающий шрифт, позволяющий произвести эффект сохранения устойчивого восприятия у потребителей как продукции, выпускаемой ОАО «АВТОВАЗ». По мнению суда, товарный знак ОАО «АВТОВАЗ» *LADA* и обозначение *LADA*, размещенное на товаре и в документации (ГТД), в отношении электрических усилителей звуковой частоты будет ассоциироваться у потребителей с обладателем исключительного права на общеизвестный товарный знак и вследствие этого может ущемлять законные интересы правообладателя.

Исследовав обстоятельства дела, арбитражный апелляционный суд согласен с судом первой инстанции, что имеется нарушение прав истца на товарный знак *LADA*, поскольку ответчик поместил обозначение товара *LADA* в таможенной декларации. Таможенная декларация относится к документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот.

Согласно п. 4 ст. 1515 ГК РФ правообладатель вправе требовать по своему выбору от нарушителя вместо возмещения убытков выплаты компенсации:

1) в размере от 10 тыс. до 5 млн руб., определяемом по усмотрению суда исходя из характера нарушения;

2) в двукратном размере стоимости товаров, на которых незаконно размещен товарный знак, или в двукратном размере стоимости права использования товарного знака, определяемой исходя из цены, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за правомерное использование товарного знака.

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 26 06.09.10 18:24

Оценив в соответствии со ст. 71 АПК РФ все имеющиеся в материалах дела доказательства, арбитражный апелляционный суд согласен с судом первой инстанции о взыскании с ответчика в пользу истца компенсации за нарушение его исключительных прав на товарные знаки в сумме 978 827 руб. 32 коп. исходя из таможенной стоимости задекларированных ответчиком товаров, а также из факта единичного случая размещения ответчиком изображения товарного знака в таможенной декларации.

Доводы ответчика в апелляционной жалобе о том, что судом первой инстанции необоснованно было отклонено его ходатайство о приостановлении производства по настоящему делу до рассмотрения Арбитражным судом г. Москвы дела № А40-166701/09, арбитражным апелляционным судом отклонены, поскольку данное обстоятельство не является безусловным основанием для отмены правильного по существу судебного акта.

Возражения ответчика в апелляционной жалобе о том, что размещение изображения товарного знака в таможенной декларации не является нарушением исключительных прав истца, противоречит норме ст. 1414 ГК РФ, предусматривающей в качестве способа нарушения исключительных прав товарного знака его на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот.

Из материалов дела следует, что изображение *LADA* было размещено ответчиком на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот — в таможенной декларации, что является нарушением прав истца на использование принадлежащих ему прав на товарный знак *LADA*.

Оценивая имеющееся в материалах дела экспертное заключение № 021/ТЭ/2009 Тверской торгово-промышленной палаты, в частности выводы эксперта, Арбитражный апелляционный суд считает, что оно не содержит заключений о сходстве либо различии изображений товарных знаков истца и ответчика.

Кроме того, как следует из текста заключения и выводов по результатам исследования, экспертом не рассматривался вопрос о том, имеются ли на представленных товарах (в том числе упаковках) обозначения, сходные с товарными знаками, владельцем которых является ОАО «АВТОВАЗ».

Эксперт определил, что представленные к экспертизе товары относятся к 9-му классу МКТУ. Товарные знаки истца зарегистрированы также в отношении конкретных товаров, принадлежащих к 9-му классу МКТУ.

Кроме того, в соответствии с п. 3 ст. 1508 ГК РФ правовая охрана общеизвестного товарного знака распространяется и на товары, неоднородные с теми, в отношении которых он признан общеизвестным, однако только при условии, что этот знак будет ассоциироваться у потребителей с обладателем исключительного права на общеизвестный товарный знак и вследствие этого может ущемлять законные интересы правообладателя.

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 27 06.09.10 18:24

При указанных обстоятельствах решение арбитражного суда первой инстанции оставить без изменения, апелляционную жалобу — без удовлетворения.

Руководствуясь ст. 266, 268, п. 1 ст. 269, ст. 271 АПК РФ, суд постановил:

решение Арбитражного суда Московской области от 15.01.2010 по делу № А41-39410/09 оставить без изменения, апелляционную жалобу ООО «Оберон» — без удовлетворения.

Никто не вправе использовать без разрешения правообладателя сходные с его товарным знаком обозначения в отношении товаров, для индивидуализации которых он зарегистрирован, или однородных товаров, если в результате такого использования возникнет вероятность смешения. При определении сходства обозначений исследуется звуковое, графическое и смысловое сходство обозначений, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в обозначении.

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
от 19 апреля 2010 г.
по делу № А41-29564/09
(извлечение)

ООО «Продинко» обратилось в Арбитражный суд Московской области с исковым заявлением к ЗАО «Фабрика „Злата“» с требованиями:

— прекратить использование обозначения, представляющего собой изображение белого медведя в движении по направлению слева направо, выполненного в оригинальной графической манере, под изображением которого размещена прямоугольная плашка в тройной контурной обводке золотого цвета, внутри которой размещено фотоизображение плодов арахиса, на верхней стороне плашки размещен словесный элемент *BEAR BEER*, выполненный латинскими буквами белого цвета в плотной контурной обводке, как сходного до степени смешения с комбинированным товарным знаком по свидетельству № 200020;

— изъять из оборота и уничтожить за счет ответчика контрафактные материалы.

Определением арбитражного суда первой инстанции от 19.11.2009 к участию в деле в качестве соответчика привлечено ООО «Продторг».

В связи с привлечением к участию в деле второго ответчика истец уточнил исковые требования и просил обязать ответчиков:

— прекратить использование обозначения, представляющего собой изображение белого медведя в движении по направлению слева направо, выполненного в ори-

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 28 06.09.10 18:24

гинальной графической манере, под изображением которого размещена прямоугольная плашка в тройной контурной обводке золотого цвета, внутри которой размещено фотоизображение плодов арахиса, на верхней стороне плашки размещен словесный элемент *BEAR BEER*, выполненный латинскими буквами белого цвета в плотной контурной обводке, как сходного до степени смешения с комбинированным товарным знаком по свидетельству № 200020 (в том числе размещение указанного обозначения на товарах 29-го, 31-го, 39-го классов, включая арахис обработанный, орехи обработанные, ведение в гражданский оборот товаров 29-го, 31-го, 39-го классов, включая арахис обработанный, орехи обработанные, с указанием данного обозначения);

— изъять из оборота и уничтожить за счет ответчиков контрафактные материалы.

Решением Арбитражного суда Московской области от 11.02.2009 исковые требования удовлетворены частично.

Суд обязал ЗАО «Фабрика „Злата“» и ООО «Продторг» прекратить использование оспариваемого изображения как сходного до степени смешения с товарным знаком ООО «Продинко», зарегистрированного по свидетельству № 200020. В удовлетворении исковых требований в остальной части отказано.

Не согласившись с решением суда, истец ООО «Продинко» подал апелляционную жалобу, в которой просит его отменить в части отказа в удовлетворении исковых требований об обязания ответчиков изъять из оборота и уничтожить за счет ответчиков контрафактные материалы и удовлетворить исковые требования в указанной части.

Ответчик ЗАО «Фабрика „Злата“» также подал апелляционную жалобу, поскольку считает решение суда первой инстанции в части прекращения использования оспариваемого изображения незаконным и необоснованным, вынесенным с нарушением и неправильным применением норм материального и процессуального права. Заявитель апелляционной жалобы просит решение суда отменить и принять новый судебный акт, которым в удовлетворении исковых требований отказать в полном объеме.

В судебном заседании представители истца поддержали доводы апелляционной жалобы, заявленной истцом. Просили отменить решение суда первой инстанции в части отказа в удовлетворении исковых требований и принять новый судебный акт об удовлетворении иска в полном объеме, а в удовлетворении апелляционной жалобы ответчика ЗАО «Фабрика „Злата“», просили отказать.

Представители ответчика доводы апелляционной жалобы поддержали. Просили отменить решение суда первой инстанции в части удовлетворения иска, а в удовлетворении апелляционной жалобы истца просили отказать.

Представители ООО «Продторг» доводы апелляционной жалобы ЗАО «Фабрика „Злата“» поддержали, а в удовлетворении апелляционной жалобы ООО «Продинко» просили отказать.

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 29 06.09.10 18:24

Рассмотрев материалы дела, обсудив доводы апелляционных жалоб, заслушав представителей истца и представителей ответчиков, арбитражный апелляционный суд считает, что решение арбитражного суда первой инстанции в части обязания ответчиков ЗАО «Фабрика „Злата“» и ООО «Продторг» прекратить использование оспариваемого изображения как сходного до степени смешения с товарным знаком ООО «Продинко», зарегистрированного по свидетельству № 200020, следует изменить, а в остальной части — оставить без изменения.

Как следует из материалов дела, истец ООО «Продинко» является обладателем исключительных прав на комбинированный товарный знак, представляющий собой графическое изображение белого медведя, в движении по направлению слева направо на черном фоне, под изображением белого медведя размещена плашка в виде неправильного многоугольника, на которой размещен под наклоном словесный элемент «Белый Медведь», выполненный буквами кириллицы.

Исключительные права на указанный товарный знак принадлежат истцу на основании свидетельства на товарный знак (знак обслуживания) № 200020, с приоритетом от 28.05.1999, срок действия регистрации товарного знака продлен до 28.05.2019. Данное право истец приобрел на основании договора от 03.02.2009 № 1/2009 об отчуждении исключительного права на товарные знаки, заключенного с ЗАО «Фабрика „Золотые купола“» и зарегистрированного 30.03.2009 в ФГУ «Федеральный институт промышленной собственности Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам».

Согласно свидетельству № 200020 товарный знак зарегистрирован в отношении следующих товаров (услуг) МКТУ:

29 — мясо, рыба, птица и дичь; мясные экстракты; овощи и фрукты консервированные, сушеные, подвергнутые тепловой обработке; желе, варенье; яйца, молоко и молочные продукты;

31 — сельскохозяйственные, садовые, лесные и зерновые продукты, не относящиеся к другим классам; животные; свежие фрукты и овощи; семена, живые растения и цветы; корма для животных, солод;

39 — обертывание товаров; хранение товаров на складах; доставка товаров; упаковка товаров.

Обратившись с настоящим иском, истец сослался на ст. 1229, 1252, 1484 и 1515 ГК РФ и указал, что он производит арахис жареный соленый, а также фисташки жареные соленые в упаковке с изображением товарного знака, зарегистрированного по свидетельству № 200020.

Вместе с тем ответчик ЗАО «Фабрика „Злата“» также производит арахис обжаренный с солью, фисташки жареные соленые в упаковках с изображением белого медведя в движении слева направо, под изображением белого медведя размещена прямоугольная плашка в тройной контурной обводке золотого цвета, на верхней

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 30 06.09.10 18:24

стороне которой размещен словесный элемент *BEAR BEER*, выполненный латинским буквами белого цвета в золотой контурной обводке.

Второй ответчик ООО «Продторг» продает производимый ЗАО «Фабрика „Злата“» товар: арахис обжаренный с солью, фисташки жареные соленые в описанной выше упаковке, что следует из отзыва ООО «Продторг» на исковое заявление и пояснений представителя ООО «Продторг» в заседании суда первой инстанции.

Исследовав обстоятельства дела, арбитражный апелляционный суд согласен с выводом суда первой инстанции об удовлетворении заявленных исковых требований в части запрета использования обозначения, представляющего собой изображение «Белый медведь», принадлежащего истцу.

Согласно ст. 1481 ГК РФ 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.

Как следует из ч. 1 ст. 1484 ГК РФ, лицу, на имя которого зарегистрирован товарный знак (правообладателю), принадлежит исключительное право использования товарного знака в соответствии со ст. 1229 настоящего Кодекса любым не противоречащим закону способом (исключительное право на товарный знак), в том числе способами, указанными в п. 2 данной статьи.

Согласно тому же п. 2 правообладатель может распоряжаться исключительным правом на товарный знак. 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 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.

В соответствии с ч. 3 упомянутой статьи 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.

Из разъяснений, содержащихся в п. 13 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 13.12.2007 № 122 «Обзор практики рассмотрения арбитражными судами дел, связанных с применением законодательства об интеллектуальной собственности», следует, что вопрос о сходстве до степени смешения обозначений на товарах истца и ответчика является вопросом факта и может быть разрешен судом с позиции рядового потребителя и специальных знаний не требует.

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 31 06.09.10 18:24

Согласно абз. 6 п. 14.4.2 Правил составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания (утверждены приказом Роспатента от 05.03.2003 № 32) обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

При определении сходства обозначений исследуются звуковое, графическое и смысловое сходство обозначений, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в обозначении.

Оценив и сравнив в соответствии со ст. 71 АПК РФ обозначения товарного знака, принадлежащего истцу по свидетельству № 200020 и используемого на упаковках производимых им товаров, с обозначением, используемым ответчиками ЗАО «Фабрика „Злата“» и ООО «Продторг», арбитражный апелляционный суд пришел к выводу о наличии сходства обозначения «Белый медведь» в товарном знаке истца и в обозначении, используемым ответчиками, а также о существовании опасности их смешения в глазах потребителя.

В товарном знаке истца и в обозначении, используемом ответчиками, используются графический элемент — изображение белого медведя в движении по направлению слева направо — и словесный элемент — «Белый Медведь» и *BEAR BEER*.

При непосредственном сравнении двух изображений отмечается их сходство, а именно: внешняя форма изобразительных элементов представляет собой оригинальную форму исполнения белого медведя в движении с детальной проработкой контуров, подчеркивающей объемность изображения с размещением на темном фоне. По смысловому значению изобразительных элементов имеется сходство: белый медведь. Совпадает также и сочетание цветов: черно-белое. Наблюдается сходство в пространственном расположении изобразительного элемента относительно словесного элемента: в товарном знаке истца и в обозначении, используемом ответчиками, изобразительный элемент расположен над словесным элементом.

Таким образом, при сравнении изобразительных элементов следует отметить их тождество.

Кроме этого, оспариваемое обозначение используется ответчиками на упаковках тех же товаров, в отношении которых зарегистрирован товарный знак истца по свидетельству № 200020.

Однако в сравниваемых обозначениях различны словесные элементы.

В обозначении товарного знака истца используется словосочетание «Белый Медведь», состоящее из двух слов, выполненное кириллицей. Звуковой элемент представляет собой словосочетание из двух слов по два слога в каждом: Бе-лый-Мед-ведь.

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 32 06.09.10 18:24

В обозначении, используемом ответчиками, используется словосочетание *Bear Beer*, выполненное латиницей. Звуковой элемент представляет собой словосочетание из двух слов по одному слогу в каждом: *Bear Beer*.

Указанное словесное обозначение ответчики правомерно используют при производстве и реализации арахиса обжаренного с солью, фисташек жареных соленых.

Вместе с тем при визуальном осмотре сравниваемых обозначений следует отметить, что изобразительный элемент занимает доминирующее положение и играет основную отличительную функцию изображений.

При таких обстоятельствах арбитражный суд первой инстанции правомерно пришел к выводу о сходстве обозначения «Белый медведь» и наличии опасности их смешения при производстве и реализации ответчиками товаров, на которых содержится обозначение «Белый медведь».

Поэтому судом первой инстанции правомерно были удовлетворены исковые требования об обязания ответчиков ЗАО «Фабрика „Злата“» и ООО «Продторг» прекратить использование оспариваемого изображения «Белый медведь».

Однако в резолютивной части решения суда первой инстанции отсутствует описание оспариваемого изображения, которое запрещено использовать ответчикам, что может затруднить исполнение судебного акта.

Поэтому решение суда в указанной части следует изменить, указав, что ЗАО «Фабрика „Злата“» и ООО «Продторг» обязаны прекратить использование обозначения, представляющего собой изображение белого медведя в движении по направлению слева направо, выполненного в оригинальной графической манере, как сходного до степени смешения с товарным знаком ООО «Продинко», зарегистрированного по свидетельству № 200020 (в том числе размещение указанного обозначения на товарах 29-го, 31-го, 39-го классов, включая арахис обработанный, орехи обработанные, введение в гражданский оборот товаров 29-го, 31-го, 39-го классов, включая арахис обработанный, орехи обработанные, с указанием данного обозначения).

Исследовав обстоятельства дела, арбитражный апелляционный суд считает также правомерным вывод суда первой инстанции об отказе в удовлетворении требований истца — ООО «Продинко» об обязании ЗАО «Фабрика „Злата“» и ООО «Продторг» изъять из оборота и уничтожить за свой счет контрафактные материалы.

Согласно ст. 65 АПК РФ каждое лицо, участвующее в деле, должно доказать обстоятельства, на которые оно ссылается в основание своих требований и возражений.

В материалах дела отсутствуют доказательства, подтверждающие, что у ответчиков ЗАО «Фабрика „Злата“» и ООО «Продторг» находятся товары — фисташки жареные и арахис обжаренный с солью в уловках с изображением белого медведя в движении слева направо, под изображением белого медведя размещена прямоугольная плашка в тройной контурной обводке золотого цвета, на верхней стороне

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 33 06.09.10 18:24

которой размещен словесный элемент *BEAR BEER*, выполненный латинским буквами белого цвета в золотой контурной обводке.

Арбитражному апелляционному суду такие доказательства также не представлены.

Следовательно, решение суда первой инстанции в части отказа в удовлетворении исковых требований об обязании ответчиков изъять из оборота и уничтожить за свой счет контрафактные материалы следует оставить без изменения, а апелляционную жалобу ООО «Продинко» — без удовлетворения.

Доводы апелляционной жалобы ЗАО «Фабрика „Злата“» подлежат оставлению без удовлетворения как необоснованные.

Руководствуясь ст. 266, 268, п. 2 ст. 269, п. 1 ч. 1 ст. 270, ст. 271 АПК РФ, суд постановил:

решение Арбитражного суда Московской области от 11.02.2010 по делу № А41-29564/09 в части обязания ЗАО «Фабрика „Злата“» и ООО «Продторг» с требованием прекратить использование оспариваемого изображения как сходного до степени смешения с товарным знаком ООО «Продинко», зарегистрированного по свидетельству № 200020, изменить.

Обязать ЗАО «Фабрика „Злата“» и ООО «Продторг» прекратить использование обозначения, представляющего собой изображение белого медведя в движении по направлению слева направо, выполненного в оригинальной графической манере, как сходного до степени смешения с товарным знаком ООО «Продинко», зарегистрированного по свидетельству № 200020 (в том числе размещение указанного обозначения на товарах 29-го, 31-го, 39-го классов, включая арахис обработанный, орехи обработанные, введение в гражданский оборот товаров 29-го, 31-го, 39-го классов, включая арахис обработанный, орехи обработанные, с указанием данного обозначения).

В остальной части решение суда первой инстанции первой инстанции оставить без изменения.

В удовлетворении апелляционных жалоб ЗАО «Фабрика „Злата“» и ООО «Продинко» отказать.

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 34 06.09.10 18:24

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

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
от 25 декабря 2009 г.
по делу № А41-23319/08
(извлечение)

«Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» (Сингапур) обратилось в Арбитражный суд Московской области с иском к ООО «Дмитровский завод алкогольной продукции „ОСТ-АЛКО“» (далее — ООО «ДЗАП „ОСТ-АЛКО“») и ООО «АШАН» о запрете ООО «ДЗАП „ОСТ-АЛКО“» использовать обозначение *COMEDY* в отношении водки, об изъятии из оборота и уничтожении за счет ООО «ДЗАП „ОСТ-АЛКО“» водки *COMEDY*, о взыскании с ООО «ДЗАП „ОСТ-АЛКО“» компенсации в размере 5 млн руб., о запрете ООО «АШАН» продажи водки *COMEDY*, о взыскании с ООО «АШАН» компенсации в размере 500 тыс. руб.

До принятия решения по существу спора истец в порядке ст. 46 АПК РФ заявил ходатайства о привлечении к участию в деле в качестве третьего ответчика ООО «Эсполон», предъявив к нему требования о запрете последнему использовать обозначение *COMEDY* в отношении водки; об изъятии из оборота и уничтожении за счет ООО «Эсполон» водки *COMEDY*, переданной третьим лицам.

Определением Арбитражного суда Московской области от 10.12.2008 к участию в деле в качестве соответчика было привлечено ООО «Эсполон».

До принятия решения по существу спора истцом заявлено и судом первой инстанции удовлетворено ходатайство об уточнении исковых требований в порядке ст. 49 АПК РФ, согласно которому «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» просило запретить ООО «Эсполон» использовать обозначение *COMEDY* в отношении водки; изъять из оборота и уничтожить за счет ООО «Эсполон» водку *COMEDY*, переданную им третьим лицам; взыскать с ООО «Эсполон» компенсацию в размере 7 064 352 руб. за нарушение исключительных прав истца на товарные знаки, исчисленную на основании подп. 2 п. 4 ст. 1515 ГК РФ; с ООО «ДЗАП „ОСТ-АЛКО“» — в размере 7 064 352 руб. за нарушение исключительных прав истца на товарные знаки, исчисленную на основании той же нормы, с ООО «АШАН» — 1 млн руб. за нарушение исключительных прав истца на товарные знаки, исчисленную на основании подп. 1 п. 4 ст. 1515 ГК РФ.

Также в суде первой инстанции истцом было заявлено ходатайство о возмещении расходов на оплату услуг представителя в размере (с учетом уточнений) 158 958 руб.

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 35 06.09.10 18:24

Решением Арбитражного суда Московской области от 07.04.2009 исковые требования удовлетворены частично. Суд запретил ООО «АШАН» продажу водки *COMEDY*, с ООО «АШАН» в пользу истца взыскана компенсация в размере 1 млн руб., ООО «Эсполон» запрещено использовать обозначение *COMEDY* в отношении водки; суд обязал ООО «Эсполон» изъять из оборота и уничтожить за свой счет водку *COMEDY*, переданную третьим лицам; с ООО «Эсполон» в пользу истца взыскана компенсация в размере 2 982 176 руб. за нарушение исключительных прав истца на товарные знаки, с ООО «АШАН» и ООО «Эсполон» в пользу истца взыскано солидарно 50 тыс. руб. расходов на представителя. В удовлетворении остальной части исковых требований отказано.

Не согласившись с принятым судебным актом, ООО «АШАН», ООО «Эсполон» и «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» обратились в Десятый арбитражный апелляционный суд с апелляционными жалобами.

В апелляционной жалобе «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» просило отменить оспариваемый судебный акт в части взыскания компенсации за нарушение исключительных прав истца на товарные знаки в размере 2 982 176 руб., ссылаясь на неправильное применение судом первой инстанции положений подп. 2 п. 4 ст. 1515 ГК РФ, и просило взыскать с ООО «Эсполон» 7 964 352 руб. компенсации за нарушение исключительных прав истца на товарные знаки, указывая на допущенные арифметические ошибки при расчете размера компенсации. В остальной части решение суда первой инстанции истец просил оставить без изменения.

ООО «Эсполон» и ООО «АШАН» мотивировали апелляционные жалобы неправильным применением и толкованием судом первой инстанции норм материального права, в связи с чем просили оспариваемый судебный акт отменить в полном объеме.

В суде апелляционной инстанции представитель «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» поддержал доводы своей апелляционной жалобы в полном объеме. Против удовлетворения апелляционных жалоб ООО «Эсполон» и ООО «АШАН» возражали по мотивам, изложенным в отзывах на апелляционные жалобы и письменных пояснениях.

Представители ООО «Эсполон» и ООО «АШАН» свои апелляционные жалобы поддержали в полном объеме, просили решение суда первой инстанции отменить в полном объеме. Против удовлетворения апелляционной жалобы «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» возражали по мотивам, изложенным в отзывах на апелляционную жалобу.

При этом представитель ООО «АШАН» поддержал доводы апелляционной жалобы ООО «Эсполон».

Представитель ООО «ДЗАП „ОСТ-АЛКО“» против удовлетворения апелляционной жалобы «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» возражал; оспариваемый судебный акт считает законным в части отказа в удовлетворении иска, предъявленного

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 36 06.09.10 18:24

к нему, одновременно с этим указав на неправомерность взыскания с ответчиков сумм компенсаций, ссылаясь на нарушение судом первой инстанции норм материального права при определении суммы компенсации; против отмены судебного акта в полном объеме возражал.

Согласно разъяснениям, данным в п. 25 Постановления Пленума ВАС РФ от 20.05.2009 № 36 «О применении Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации при рассмотрении дел в арбитражном суде апелляционной инстанции» (в ред. Постановления Пленума ВАС РФ от 23.07.2009 № 61), при применении ч. 5 ст. 268 АПК РФ необходимо иметь в виду следующее: если заявителем подана жалоба на часть судебного акта, суд апелляционной инстанции в судебном заседании выясняет мнение присутствующих в заседании лиц относительно того, имеются ли у них возражения по проверке только части судебного акта, о чем делается отметка в протоколе судебного заседания.

При непредставлении лицами, участвующими в деле, возражений до начала судебного разбирательства суд апелляционной инстанции начинает проверку судебного акта в оспариваемой части и по собственной инициативе не вправе выходить за пределы апелляционной жалобы, за исключением проверки соблюдения судом норм процессуального права, приведенных в ч. 4 ст. 270 АПК РФ.

Возражений против проверки оспариваемого судебного акта по доводам апелляционной жалобы «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» в оспариваемой части возражений не заявлено.

В связи с вышеизложенным проверка оспариваемого судебного акта по апелляционной жалобе «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» проведена судом апелляционной инстанции только в оспариваемой части — правомерности взыскания с ООО «Эсполон» суммы компенсации в размере 2 982 176 руб.

Рассмотрев апелляционные жалобы, изучив материалы дела и доводы апелляционных жалоб, выслушав мнение представителей лиц, участвующих в деле, проверив правильность применения судом первой инстанции норм материального права и процессуального права, суд апелляционной инстанции пришел к выводу о наличии правовых оснований для удовлетворения апелляционных жалоб «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» и ООО «Эсполон» в части и оставлению без удовлетворения апелляционной жалобы ООО «АШАН» в связи с нижеследующим.

В обоснование исковых требований истец ссылался на то, что ему принадлежат исключительные права на товарные знаки: стилизованное изображение микрофона, охраняемое по свидетельству № 341661 (приоритет товарного знака с 08.08.2007), срок регистрации которого истекает 08.08.2017; комбинированное обозначение *COMEDY club*, охраняемое по свидетельству № 341662 (приоритет товарного знака с 08.08.2007), срок регистрации которого истекает 08.08.2017. Исключительные права владельца товарного знака зарегистрированы в отношении товаров и услуг, в том числе по 33-му классу Международной классификации товаров и услуг (МКТУ), включая водку. В августе 2008 г. истцу стало известно, что ООО «ДЗАП

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 37 06.09.10 18:24

„ОСТ-АЛКО“» является изготовителем водки «Комеди» (*COMEDY*), которая была приобретена в супермаркетах ООО «АШАН», что подтверждается кассовыми чеками. Производство водки осуществлялось по заказу ООО «Эсполон» и вводилось в гражданский оборот на основании договоров, заключенных с ООО «АШАН». На этикетках водки и на крышке бутылки, верхней части контрэтикетки и на горлышке размещены словесное изображение *COMEDY* и стилизованное изображение (графическое изображение), сходные до степени смешения с товарными знаками, принадлежащими истцу, правовая охрана которых удостоверяется свидетельствами № 341661, 341662. Указанные действия, по мнению истца, в силу ст. 1252, 1484 ГК РФ свидетельствует о нарушении ответчиками исключительных прав «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» на товарные знаки, охраняемые по свидетельствам № 341661, 341662.

Как следует из материалов дела, ООО «ДЗАП „ОСТ-АЛКО“» (поставщик) по заказу ООО «Эсполон» (покупателя) производило водку «Комеди» (*COMEDY*), в соответствии с условиями договора поставки алкогольной продукции от 18.06.2008 № 50 ООО «Эсполон» выступал поставщиком всей необходимой комплектации для производства продукции водки «Комеди» (*COMEDY*) в силу договора от 02.06.2008 № 51.

Также для производства алкогольной продукции под наименованием водка «Комеди» (COMEDY) между ООО «Эсполон» и ООО «ДЗАП „ОСТ-АЛКО“» был заключен договор от 02.06.2008 № 51, по условиям п. 1.2 которого поставщик поставляет покупателю тароупаковочный материал для производства алкогольной продукции (пробка, термоусадочный колпачок, бутылка, скотч, этикетка, алюминиевый колпачок с дозатором, гофрокороб).

ООО «АШАН» (покупатель) приобрело по договору от 01.06.2007 у ООО «Эсполон» (поставщика) водку «Комеди» (*COMEDY*), которая впоследствии реализовывалась через розничную сеть супермаркетов «АШАН».

Претензии направленные «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» в адрес ООО «ДЗАП „ОСТ-АЛКО“», ООО «АШАН» и ООО «Эсполон» об устранении нарушения исключительных прав истца на товарные знаки по свидетельствам № 341661, 341662 ООО «АШАН» и ООО «Эсполон» были оставлены без удовлетворения.

Письмом от 08.09.2008 № 244/1 ООО «ДЗАП „ОСТ-АЛКО“» уведомило «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» о том, что производство водки «Комеди» (*COMEDY*) прекращено, при этом ответчик указал на то, что ООО «Эсполон» гарантировало, что производство водки «Комеди» (*COMEDY*) не нарушает прав законных интересов третьих лиц.

Материалами дела подтверждается тот факт, что в сентябре 2008 г. «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» узнало о розничной продаже в супермаркетах ООО «АШАН» водки COMEDY, факт ее приобретения подтверждается приобщенными в материалы дела кассовыми чеками.

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 38 06.09.10 18:24

Согласно этикетке, размещенной на лицевой стороне бутылки водки и на оборотной ее стороне, наименование водки указано латинскими буквами: *vodka COMEDY,* и на русском: водка «Комеди».

На этикетке, наклеенной на оборотной стороне бутылки водки «Комеди» (*COMEDY*), указано на то, что владельцем товарного знака является ООО «Эсполон».

Оценив представленные в материалы дела доказательства с учетом требований ст. 71 АПК РФ, суд первой инстанции пришел к выводу о том, что комбинированное обозначение *COMEDY*, размещенное на этикетках на лицевой и оборотной стороне бутылки водки «Комеди» (*COMEDY*), и графическое обозначение, использованное на верхней части контрэтикетки, верхней части пробки и части слова *VODKA* сходны до степени смешения с товарными знаками, принадлежащими «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» согласно свидетельствам № 341661, 341662.

Суд апелляционной инстанции признает указанные выводы суда первой инстанции правильными и основанными на полном и всестороннем установлении всех обстоятельств по делу, имеющих существенное значение для правильного разрешения спора по существу.

Согласно разъяснениям, данным в п. 13 Информационного письма от 13.12.2007 № 122 Президиума ВАС РФ «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.

Экспертиза в силу ч. 1 ст. 82 АПК РФ назначается лишь в случае, когда для сравнения обозначений требуются специальные знания.

Вопрос о сходстве до степени смешения словесных обозначений, комбинированных и изобразительных обозначений, являющихся товарным знаком истца и использованных на этикетках, пробках водки «Комеди» (*COMEDY*), может быть разрешен судом с позиции рядового потребителя и специальных знаний не требует.

В соответствии с ч. 1 ст. 1477 ГК РФ на товарный знак, т.е. на обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, признается исключительное право, удостоверяемое свидетельством на товарный знак.

Согласно ст. 1484 ГК РФ лицу, на имя которого зарегистрирован товарный знак (правообладателю), принадлежит исключительное право использования товарного знака в соответствии со ст. 1229 названного Кодекса любым не противоречащим закону способом (исключительное право на товарный знак).

Правообладатель может распоряжаться исключительным правом на товарный знак.

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 39 06.09.10 18:24

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.

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.

Исходя из положений указанных норм материального права в предмет доказывания в рамках заявленных по настоящему делу исковых требований, входит установление следующих обстоятельств: обладает ли истец исключительными правами на товарный знак; используется ли товарный знак; является ли обозначение, используемое ответчиком, сходным до степени смешения с зарегистрированным товарным знаком; используется ли обозначение для продвижения тех товаров и услуг, которые включены в область охраны товарного знака, т.е. однородных товаров и услуг.

К таким обозначениям в соответствии с п. 2.5 Правил составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

Обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение, если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из его элементов.

Суд апелляционной инстанции, руководствуясь п. 14.4.2, 14.4.2.2, 14.4.2.3, 14.4.2.4 Правил составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, приходит к выводу о том, что комбинированное обозначение *COMEDY*, выполненное на красном фоне белыми буквами, содержащее в себе словесное обозначение *COMEDY* и изобразительное обозначение в виде белой окружности и окаймляющей ее по низу полуокружности белого цвета тонкой линией

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 40 06.09.10 18:24

с точками на краях, размещенное на этикетках водки «Комеди» (*COMEDY*), является сходным до степени смешения с комбинированным обозначением *COMEDY club*, поскольку словесное обозначение *COMEDY* тождественно доминирующему словесному элементу комбинированного товарного знака истца по основным признакам фонетического, графического и смыслового сходства, приведенных в подп. «а»—«в» п. 14.4.2.2 Правил составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания.

Согласно подп. «г» п. 14.4.2.2 Правил составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания признаки, перечисленные в подп. «а»—«в», т.е. звуковое и графическое, смысловое сходство сравниваемых словесных обозначений могут учитываться как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с п. 14.4.3 Правил составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания 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 товаров, круг потребителей и другие признаки.

Судом первой инстанции установлено и подтверждается судом апелляционной инстанции, что товарные знаки, по свидетельствам № 341661, 341662 используются истцом в рамках лицензионного договора также при продвижении продукции 33-го класса МКТУ.

Таким образом, судом первой инстанции установлено на основании представленных в материалах дела доказательств нарушение ООО «АШАН» и ООО «Эсполон» исключительных прав «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» на товарные знаки, охраняемые по свидетельствам № 341661, 341662, поскольку сходные до степени смешения с товарными знаками истца обозначения были использованы ООО «Эсполон» путем их воспроизведения на этикетках и пробках водки «Комеди» (*COMEDY*).

Возражения ООО «Эсполон» о том, что он обладает исключительными правами на изобразительный товарный знак, охраняемый по свидетельству № 350471 (приоритет товарного знака с 20.11.2007), срок регистрации которого истекает 20.11.2017, подлежат отклонению, поскольку данный товарный знак не содержит в себе комбинированные обозначения (словесные и изобразительные), сходные со словесным обозначением *COMEDY*, использованным на этикетках водки «Комеди» (*COMEDY*) и являющимся доминирующей частью товарного знака истца по свидетельству № 341662.

Наличие изобразительного элемента в товарном знаке ООО «Эсполон» в виде белой окружности и окаймляющей ее по низу полуокружности белого цвета тонкой

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 41 06.09.10 18:24

линией с точками на краях, сходной до степени смешения в товарных знаках истца по свидетельствам № 341661, 341662, также не может свидетельствовать об отсутствии нарушения исключительных прав «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» на принадлежащие ему товарные знаки ввиду того, что приоритет на товарные знаки по свидетельствам № 341661, 341662 истцу предоставлен ранее.

Таким образом, требования «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» к ООО «Эсполон» о запрете использования обозначения COMEDY в отношении водки правомерно удовлетворены судом первой инстанции ввиду их доказанности представленными в материалы дела доказательствами.

Также следует признать правильным вывод суда первой инстанции о доказанности истцом факта нарушения ООО «АШАН» исключительных прав на товарные знаки по свидетельствам № 341661, 341662, поскольку материалами дела подтвержден факт предложения к продаже и сам факт продажи водки «Комеди» (COMEDY), содержащей на этикетках и пробках обозначения, сходные до степени смешения с обозначениями, охраняемыми по свидетельствам № 341661, 341662.

При этом суд первой инстанции пришел к выводу о недоказанности истцом факта нарушения его исключительных прав на указанные товарные знаки со стороны ООО «ДЗАП „ОСТ-АЛКО“».

Доказательства того, что ООО «АШАН» и ООО «Эсполон» получали согласие правообладателя для использования обозначений, размещенных на этикетках и пробках водки «Комеди» (*COMEDY*), сходных до степени смешения с товарными знаками истца, в материалах дела отсутствуют.

Обращаясь с настоящим иском, истец уточнил основания для исчисления суммы компенсации с каждого из ответчиков, при этом в отношении ответчиков ООО «ДЗАП «ОСТ-АЛКО» и ООО «Эсполон» ссылался на подп. 2 п. 4 ст. 1515 ГК РФ, установив размер компенсации в размере двукратной стоимости произведенной ООО «ДЗАП „ОСТ-АЛКО“» водки «Комеди» (*COMEDY*), а в отношении ООО «АШАН» размер компенсации был определен на основании подп. 1 п. 4 ст. 1515 ГК РФ.

Вышеназванный порядок определения размера компенсации не противоречит положениям ст. 1252, 1515 ГК РФ.

Как следует из материалов дела, ООО «Эсполон» и ООО «АШАН» допущено нарушение исключительных прав истца на два товарных знака по свидетельствам № 341661, 341662.

Таким образом, взыскивая с ООО «Эсполон» 2 982 176 руб. компенсации за нарушение исключительных прав истца на товарные знаки, суд не учел того обстоятельства, что нормами ст. 1252, 1515 ГК РФ установлена ответственность за нарушение исключительных прав на средство индивидуализации.

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 42 06.09.10 18:24

Истец обладает исключительными правами, исходя из буквального толкования искового заявления, на два объекта средств индивидуализации — товарные знаки по свидетельствам № 341662, 341661.

Как указывалось выше, судом установлен факт незаконного использования сходных до степени смещения обозначений, размещенных на этикетках, пробках водки «Комеди» (*COMEDY*), с товарными знаками по свидетельствам № 341661, 341662, следовательно, взыскание с ООО «Эсполон» суммы 2 982 176 руб., исчисленной как за нарушение одного товарного знака за вычетом компенсации, взысканной с ООО «АШАН» в сумме 1 млн руб., противоречит императивным нормам ст. 1252, и подп. 2 п. 4 ст. 1515 ГК РФ.

Кроме того, нормы подп. 2 п. 4 ст. 1515 ГК РФ, положения которой были избраны истцом в качестве способа защиты нарушенного права, не предполагают возможности изменения судом суммы компенсации.

В связи с этим требования «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» о взыскании с ООО «Эсполон» компенсации за нарушение его исключительных прав на товарные знаки по свидетельствам № 341661, 341662 подлежат удовлетворению в размере 7 064 352 руб., поскольку указанный размер компенсации подтвержден представленными в материалы дела товарными накладными и декларациями об объемах поставки этилового спирта алкогольной и спиртосодержащей продукции, а также пояснениями ООО «ДЗАП „ОСТ-АЛКО“» о количестве произведенной водки «Комеди» (*COMEDY*).

Поэтому решение суда первой инстанции в этой части подлежит отмене с принятием нового решения о взыскании с ООО «Эсполон» 7 064 352 руб. за нарушение исключительных прав истца на товарные знаки по свидетельствам № 341661, 341662.

Вместе с этим суд апелляционной инстанции не рассматривает требования истца, изложенные в апелляционной жалобе, о взыскании с ООО «Эсполон» компенсации на нарушение исключительных прав на товарные знаки в размере 7 964 352 руб., поскольку в соответствии с разъяснениями, данными в п. 25 Постановления Пленума ВАС РФ от 20.05.2009 № 36 «О применении Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации при рассмотрении дел в арбитражном суде апелляционной инстанции», судам следует учитывать, что согласно ч. 7 ст. 268 АПК РФ новые требования, которые не были предметом рассмотрения в суде первой инстанции, не принимаются и не рассматриваются судом апелляционной инстанции.

Оценив представленные доказательства сторонами в их совокупности и взаимосвязи, суд апелляционной инстанции пришел к выводу об отсутствии оснований для удовлетворения иска, предъявленного истцом к ООО «Эсполон», в части изъятия из оборота и уничтожения за счет последнего водки «Комеди» (*COMEDY*), переданной третьим лицам.

Исходя из смысла ст. 15, 16, 168, 174, 182 АПК РФ, при принятии решения, обязывающего ответчика совершить определенные действия, арбитражный суд должен указать место и срок их совершения.

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 43 06.09.10 18:24

В силу положения п. 2, 3 ст. 1515 ГК РФ правообладатель вправе требовать изъятия из оборота и уничтожения за счет нарушителя контрафактных товаров, этикеток, упаковок товаров, на которых размещены незаконно используемый товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение.

При таких обстоятельствах сам продукт — водка «Комеди» (*COMEDY*) как товар, подлежащий, по мнению истца, уничтожению, не является контрафактным, поскольку иск предъявлен о защите исключительных прав на товарные знаки по свидетельствам № 341661, 341662, в связи с размещением на этикетках и пробках бутылки водки «Комеди» (*COMEDY*) обозначений, сходных до степени смешения с обозначениями, охрана которых подтверждена вышеперечисленными свидетельствами, следовательно, контрафактными являются именно этикетки и пробки, размещенные на бутылках, поскольку истец водку не производит, претензий по составу водки не предъявлял.

При этом следует отметить, что истцом предъявлено требование об уничтожении водки «Комеди» (*COMEDY*), переданной ООО «Эсполон» третьим лицам, однако в материалах дела отсутствуют доказательства, указывающие на местонахождение водки, а также наименование третьих лиц, у которых находящаяся водка подлежит изъятию и уничтожению.

Кроме того, как следует из материалов дела, водка «Комеди» (*COMEDY*) продавалась через розничную сеть супермаркетов «АШАН», покупателями которой являлись неограниченное количество лиц, доказательства того, что в момент принятия решения водка «Комеди» (*COMEDY*) как товар находилась в распоряжении третьих лиц — не участников настоящего спора, в материалах дела отсутствуют.

Исходя из принципа исполнимости решения арбитражного суда, а также разумности и справедливости при привлечении ответчика к ответственности за нарушение прав истца решение суда первой инстанции об обязании изъять из оборота и уничтожить за счет ООО «Эсполон» водку «Комеди» (*COMEDY*), переданную третьим лицам, не подлежало удовлетворению ввиду их недоказанности истцом.

Требования истца о взыскании с ООО «АШАН» компенсации за нарушение исключительных прав «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» на товарные знаки по свидетельствам № 341661, 341662 в размере 1 млн руб. и запрете продажи водки «Комеди» (*COMEDY*) суд апелляционной инстанции признает обоснованными и соответствующими положениям п. 3 и подп. 1 п. 4 ст. 1515 ГК РФ, поскольку сам факт продажи водки «Комеди» (*COMEDY*), содержащей контрафактные этикетки и пробки, содержащие обозначения, сходные до степени смещения с товарными знаками истца по свидетельствам № 341661, 341662, доказан материалами дела.

Доводы апелляционной жалобы ООО «АШАН» о наличии злоупотребления правом со стороны истца и необходимости применения ст. 10 ГК РФ подлежат отклонению, поскольку не нашли своего подтверждения в материалах дела, а сам факт обращения с настоящим иском не свидетельствует о таких обстоятельствах, поскольку истец обладает исключительными правами на товарные знаки по свидетельствам № 341661, 341662 и это обращение основано на доказанных фактах

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 44 06.09.10 18:24

нарушения его прав со стороны ООО «АШАН» и ООО «Эсполон», реализовавших водку «Комеди» (*COMEDY*), содержащую контрафактные этикетки и пробки.

Согласно ч. 1, 2 ст. 110 АПК РФ судебные расходы, понесенные лицами, участвующими в деле, в пользу которых принят судебный акт, взыскиваются арбитражным судом со стороны.

В случае если иск удовлетворен частично, судебные расходы относятся на лиц, участвующих в деле, пропорционально размеру удовлетворенных исковых требований.

Между тем суд первой инстанции в нарушение положений указанной нормы права взыскал с ООО «АШАН» и ООО «Эсполон» в пользу «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» судебные расходы, понесенные истцом на оплату услуг представителя, солидарно, а не пропорционально удовлетворенным исковым требованиям, в связи с чем решение суда первой инстанции в этой части также подлежит отмене с распределением судебных расходов пропорционально удовлетворенным требованиям.

В суде апелляционной инстанции от истца также поступило ходатайство о возмещении ему судебных расходов, понесенных в результате рассмотрения апелляционной жалобы в сумме 91 209 руб. 15 коп.

Рассмотрев заявленное «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» о возмещении судебных расходов, с учетом того, что апелляционная жалоба истца удовлетворена судом апелляционной инстанции, суд апелляционной инстанции, руководствуясь положениями ст. 110 АПК РФ, пришел к следующим выводам.

В силу ч. 2 ст. 110 АПК РФ расходы на оплату услуг представителя, понесенные лицом, в пользу которого принят судебный акт, взыскиваются арбитражным судом с другого лица, участвующего в деле, в разумных пределах.

В соответствии с разъяснениями, данными в п. 20 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 13.08.2004 № 82, при определении разумных пределов расходов на оплату услуг представителя принимаются во внимание: относимость расходов к делу; объем и сложность выполненных работ; нормы расходов на служебные командировки, установленные правовыми актами; стоимость экономных транспортных услуг; время, которое мог бы затратить на подготовку материалов квалифицированный специалист; сложившаяся в данном регионе стоимость на сходные услуги с учетом квалификации лица, оказывающего услуги; имеющиеся сведения статистических органов о ценах на рынке юридических услуг; продолжительность рассмотрения дела; другие обстоятельства, свидетельствующие о разумности этих расходов.

Понятие разумности относится к оценочным категориям, и при ее определении в любом случае учитываются названные критерии (сложность дела, его продолжительность, цены в регионе и т.д.).

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 45 06.09.10 18:24

Исходя из вышеизложенного, а также учитывая сложность дела, временной период рассмотрения дела в суде апелляционной инстанции и первой инстанции, с учетом пропорциональности удовлетворения исковых требований, доказанности истцом факта понесения расходов на представителя, суд признал обоснованными, разумными расходами на услуги представителя, подлежащие возмещению «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» ответчиками ООО «Эсполон» и ООО «АШАН» в размере 100 тыс. руб. за рассмотрение дела в суде первой и апелляционной инстанции, поэтому с ООО «Эсполон» в пользу «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» подлежат взысканию судебные расходы 87 560 руб. по оплате услуг представителя за рассмотрение дела в судах первой и апелляционной инстанций, а с ООО «Ашан» — 12 500 руб. по тем же основаниям.

Также ввиду отмены судебного акта в части удовлетворения исковых требований истца, предъявленных к ООО «Эсполон» о взыскании компенсации за нарушение исключительных прав на товарные знаки, с принятием нового решения решение суда первой инстанции подлежит отмене в части распределения судебных расходов по уплате государственной пошлины в следующем порядке.

При обращении с настоящими исковыми требованиями (с учетом их уточнения) истец предъявил пять требований неимущественного характера (госпошлина по 2000 руб.) и три требования имущественного характера на общую сумму 15 128 704 руб. (госпошлина 87 143 руб. 52 коп.).

Однако истцом уплачена госпошлина за рассмотрение иска в размере 45 000 руб. и 25 500 руб.

С учетом рассмотрения апелляционных жалоб ООО «Эсполон» и «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» и их частичного удовлетворения с ООО «Эсполон» пропорционально удовлетворенным требованиям в пользу «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» подлежат взысканию судебные расходы по уплате государственной пошлины за подачу иска и апелляционной жалобы в размере 49 821 руб. 76 коп.: имущественные требования в размере 7 064 352 руб., одно требование немущественного характера — 2000 руб., а также 1000 руб. по уплате государственной пошлины за подачу апелляционной жалобы.

Вместе с этим, взыскивая с «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» в доход федерального бюджета 26 643 руб. государственной пошлины, не уплаченной при уточнении исковых требований, суд первой инстанции допустил арифметическую ошибку, в связи с чем с «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» в доход федерального бюджета подлежит взысканию 23 465 руб. 28 коп. государственной пошлины за подачу исковых требований.

В остальной части решение суда первой инстанции подлежит оставлению без изменения как принятое с правильным применением норм материального и процессуального права.

Руководствуясь ст. 266, 268, п. 2 ст. 269, п. 4 ч. 1 ст. 270, ст. 271 АПК РФ, суд постановил:

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 46 06.09.10 18:24

решение Арбитражного суда Московской области от 07.04.2009 по делу № А41-23319/08 отменить в части удовлетворения иска «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» об изъятии из оборота и уничтожения за счет ООО «Эсполон» водки *COMEDY*, переданной третьим лицам; взыскания с ООО «Эсполон» компенсации в пользу «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» в сумме 2 982 176 руб., 30 410 руб. 88 коп. расходов по госпошлине; взыскания с ООО «Ашан» и ООО «Эсполон» в пользу «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» солидарно 50 тыс. руб. расходов на представителя; взыскания с «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» в доход федерального бюджета 26 643 руб. 52 коп. расходов по оплате государственной пошлины.

Взыскать с ООО «Эсполон» в пользу «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» 7 064 352 руб. компенсации за нарушение исключительных прав на товарные знаки по свидетельствам на товарные знаки № 341661, 341662.

Взыскать с ООО «Эсполон» в пользу «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» судебные расходы в размере 49 821 руб. 76 коп. по уплате государственной пошлины за подачу иска и апелляционной жалобы и 87 560 руб. по оплате услуг представителя за рассмотрение дела в судах первой и апелляционной инстанций.

Взыскать с ООО «Ашан» в пользу «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» 12 500 руб. судебных расходов по оплате услуг представителя по рассмотрению дела в судах первой и апелляционной инстанций.

В удовлетворении остальной части исковых требований «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» к ООО «Эсполон» об обязании изъять из оборота и уничтожить за счет ООО «Эсполон» водку *COMEDY*, переданную им третьим лицам, отказать.

Взыскать с «Комеди Клаб Продакшн Пте. Лтд.» в доход федерального бюджета 23 465 руб. 28 коп. государственной пошлины за подачу исковых требований.

В остальной части решение суда первой инстанции оставить без изменения.

Loaded: 15-07-2025 AMt 01:32:11
PMO_2010-03_blok.indd 47 06.09.10 18:24