

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ
ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «...»
ЭД
Речное ш. д. ...
ОГРН: ... ОГРН: 03.12.2021,
ИНН: 527010200, ...
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР:

E-mail: [] (ГРН и дата внесения в
ЕГРЮЛ записи, содержащей указанные сведения:

Регистратор доменов: ООО
...»
... ПЛАТА 4: 122007 в Москва,
...
...
«С...»
...
БУЛЬВАР ДОМ 20А ЭТ ПОМ 1 8 ОГРН: 50170010101,
...

**Компетентная организация: Автономная
рекоммерческая организация «Г...»**
ОГРН: 5000040
...
... Д. 4

ООО
...
Дата: ... 1546864.
КПП: 5017001, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР:

от: ООО «...»
...
... 0-1, офис 500
e-mail: []
тел.: []

Копия Правообладателю: ...
Де: ...

ТРЕБОВАНИЕ
о предостережении, устранении нарушений исключительных прав
(запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с созданием смешения)

ООО «Синергетик» от 10.02.2019 г. № 18-02-0019-И/2019-05-07-0019, дата внесения в ЕГРЮЛ записи: 10.02.2019 г. является компанией, осуществляющей деятельность по производству косметических товаров, моющих, чистящих и полирующих средств, прочих химических продуктов, а также осуществляющей оптовую и розничную торговлю указанными товарами.

ООО «Синергетик» владеет на основании **исключительной** лицензии следующими товарными знаками:

- «Синергетик», номер государственной регистрации: 18-02-0019-И/2019-05-07-0019, лицензионный договор от 10.02.2019 г. № 18-02-0019-И/2019-05-07-0019, что отражено в открытом реестре ФС ИП по ссылке: [ht](#)
- «Синергетик», номер государственной регистрации: 18-02-0019-И/2019-05-07-0019, лицензионный договор от 10.02.2019 г. № 18-02-0019-И/2019-05-07-0019, что отражено в открытом реестре ФС ИП по ссылке: [ht](#)

Тот факт, что ООО «Синергетик» является лицом, которому предоставлено право использования Товарного знака-1 по лицензионному договору, подтверждается Изменением к свидетельству на товарный знак (знак обслуживания).

Тот факт, что ООО «Синергетик» является лицом, которому предоставлено право использования Товарного знака-2 по лицензионному договору, подтверждается Изменением к свидетельству на товарный знак (знак обслуживания).

Согласно ст. 1254 ГК РФ если нарушение третьими лицами исключительного права на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации, на использование которых выдана исключительная лицензия, затрагивает права лицензиата, полученные им на основании лицензионного договора, лицензиат может наряду с другими способами защиты защищать свои права способами, предусмотренными [статьями 1250 и 1252](#) настоящего Кодекса.

Согласно п. 79 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 N 10 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" основанием предъявления лицензиатом требования о взыскании компенсации за нарушение исключительного права является нарушение полученных на основании лицензионного договора прав самого лицензиата, а не правообладателя.

С учетом этого лицензиаты - обладатели исключительной лицензии могут защищать права способами, предусмотренными [статьями 1250 и 1252](#) ГК РФ, лишь в случае, если допущенным нарушением затронуты предоставленные им правомочия по использованию результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации.

По условиям исключительной лицензии, ООО «Синергетик» обладает исключительным правом использования Товарного знака для рекламной деятельности, продажи и маркетинга всей продукции, реализуемой и распространяемой ООО «Синергетик» на всей территории РФ, а также иной деятельности, связанной с продажей продукции с указанием Товарного знака, любыми способами использования Товарного знака.

Следовательно, нижеуказанными действиями напрямую нарушены права ООО «Синергетик».

В августе 2021 г. сотрудниками ООО «Синергетик» на сайте интернет-магазина <https://www.10011001.ru/> были выявлены факты реализации следующей продукции под торговой маркой, обозначением

согласно информации, размещенной на сайте, продавцом является ООО
«
**Средство бчоразлагаемое с антибактериальным эффектом для мытья посуды и
детских игрушек с ароматом яблока**
Класс МКТУ – 3



В ходе визуального осмотра предложенных к продаже товара и сопроводительной к ним информации, ООО _____ пришло к выводу о **грубом нарушении ООО _____ исключительных прав ООО _____** и **Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»** (далее – Закон о защите конкуренции), а именно:

1. ВЫЯВЛЕННЫЕ НАРУШЕНИЯ

1.1. ООО «_____» производит, реализует и тем самым ввел в гражданский оборот товар, сходный до степени смешения наименования и обозначения с вышеуказанными товарными знаками ООО _____ связи с чем указанный товар ООО _____ является контрафактным (п. 3 ст. 1484, п. 3 ст. 1515 ГК РФ) и нарушает права ООО _____ на вышеуказанные товарные знаки.

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

В силу п. 1 ст. 1229 ГК РФ 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. Использование результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации (в том числе их использование способами, предусмотренными настоящим Кодексом), если такое использование осуществляется без согласия правообладателя, является незаконным и влечет ответственность, установленную настоящим Кодексом, другими законами, за исключением случаев, когда использование результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации лицами иными, чем правообладатель, без его согласия допускается настоящим Кодексом.

Согласно п. 1 и 3 ст. 1484 ГК РФ лицу, на имя которого зарегистрирован товарный знак (правообладателю), принадлежит исключительное право использования товарного знака в

соответствии со [статьей 1229](#) настоящего Кодекса любым не противоречащим закону способом (исключительное право на товарный знак), в том числе способами, указанными в [пункте 2](#) настоящей статьи. 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

Согласно п. 1 ст. 1515 ГК РФ товары, этикетки, упаковки товаров, на которых незаконно размещены товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение, **являются контрафактными.**

Согласно п. 35 "Обзор судебной практики по делам, связанным с разрешением споров о защите интеллектуальных прав" (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 23.09.2015) нарушением исключительного права владельца товарного знака признается использование (размещение на товаре или упаковке) не только тождественного товарного знака, **но и сходного с ним до степени смешения обозначения** (п. 3 ст. 1484, п. 3 ст. 1515 ГК РФ). Кроме того, однородные товары - это товары, не являющиеся идентичными во всех отношениях, не обязательно находящиеся в одном классе МКТУ, но имеющие сходные характеристики и состоящие из схожих компонентов, произведенных из таких же материалов, что позволяет им выполнять те же функции. Однородность признается по факту, если товары по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (п. 42 "Обзор судебной практики по делам, связанным с разрешением споров о защите интеллектуальных прав" (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 23.09.2015)).

Согласно п. 6 ст. 1252 ГК РФ если различные средства индивидуализации (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания, коммерческое обозначение) оказываются тождественными или сходными до степени смешения и в результате такого тождества или сходства могут быть введены в заблуждение потребители и (или) контрагенты, преимущество имеет средство индивидуализации, исключительное право на которое возникло ранее, либо в случаях установления конвенционного или выставочного приоритета средство индивидуализации, которое имеет более ранний приоритет.

Согласно п. 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 N 10 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации":

«162. Согласно [пункту 3 статьи 1484](#) ГК РФ никто не вправе использовать без разрешения правообладателя сходные с его товарным знаком обозначения в отношении товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, или однородных товаров, если в результате такого использования возникнет вероятность смешения.

Для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров. При этом смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак.

Вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из **степени сходства обозначений и степени однородности товаров** для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но **идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения.**

Однородность товаров устанавливается исходя из принципиальной возможности возникновения у обычного потребителя соответствующего товара представления о принадлежности этих товаров одному производителю. При этом суд учитывает род (вид) товаров, их назначение, вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей, взаимодополняемость или взаимозаменяемость и другие обстоятельства.

Установление сходства осуществляется судом по результатам сравнения товарного знака и обозначения (в том числе по графическому, звуковому и смысловому критериям) с учетом представленных сторонами доказательств по своему внутреннему убеждению. При этом суд

учитывает, в отношении каких элементов имеется сходство - сильных или слабых элементов товарного знака и обозначения. Сходство лишь неохранных элементов во внимание не принимается.

Специальных знаний для установления степени сходства обозначений и однородности товаров не требуется.

При наличии соответствующих доказательств суд, определяя вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения, оценивает и иные обстоятельства, в том числе:

используется ли товарный знак правообладателем в отношении конкретных товаров;

длительность и объем использования товарного знака правообладателем;

степень известности, узнаваемости товарного знака;

степень внимательности потребителей (зависящая в том числе от категории товаров и их цены);

наличие у правообладателя серии товарных знаков, объединенных общим со спорным обозначением элементом.

При определении вероятности смешения также могут учитываться представленные лицами, участвующими в деле, доказательства фактического смешения обозначения и товарного знака, в том числе опросы мнения обычных потребителей соответствующего товара.

Суд учитывает влияние степени сходства обозначений, степени однородности товаров, иных обстоятельств на вероятность смешения, а не каждого из соответствующих обстоятельств друг на друга.»

Кроме того, согласно **Приказу Роспатента от 24.07.2018 N 128 "Об утверждении Руководства по осуществлению административных процедур и действий в рамках предоставления государственной услуги по государственной регистрации товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака и выдаче свидетельств на товарный знак, знак обслуживания, коллективный знак, их дубликатов", п. 41 и 42 Правил составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, Требований к документам, содержащимся в заявке на государственную регистрацию товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака, и прилагаемым к ней документам и их форм, Порядка преобразования заявки на государственную регистрацию коллективного знака в заявку на государственную регистрацию товарного знака, знака обслуживания и наоборот, Перечня сведений, указываемых в форме свидетельства на товарный знак (знак обслуживания), форме свидетельства на коллективный знак, формы свидетельства на товарный знак (знак обслуживания), формы свидетельства на коллективный знак, **утв. Приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 N 482 (ред. от 12.03.2018):****

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.

При этом необходимо учитывать, что обозначения являются сходными до степени смешения, если одно обозначение воспринимается потребителем за другое или если потребитель понимает, что речь идет не об одном и том же обозначении, но полагает, что оба обозначения принадлежат одному и тому же изготовителю.

В свою очередь, сходство до степени смешения обозначений, принадлежащих разным правообладателям и имеющих сходные элементы, отсутствует, если потребитель не воспринимает их как принадлежащие одному и тому же лицу.

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, а именно:

1) **звуковое сходство** определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в

составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

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

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

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

Также согласно п. 37 "Обзора судебной практики по делам, связанным с разрешением споров о защите интеллектуальных прав", утвержденный Президиумом Верховного Суда Российской Федерации 23 сентября 2015: вывод о сходстве до степени смешения обозначений делается на основе восприятия не отдельных элементов, а **общего впечатления**, которое производят это обозначение и товарный знак в целом на среднего потребителя соответствующих товаров или услуг. Оценка сходства обозначений производится на основе общего впечатления, формируемого, в том числе с учетом неохранных элементов, которые могут присутствовать в составе заявленного обозначения. При этом формирование общего впечатления может происходить под воздействием любых особенностей обозначений, в том числе доминирующих словесных или графических элементов, их композиционного и цветового решения. Исходя из того, что обозначения могут быть представлены в виде слова, сочетания слов, звуков и т.д., общее впечатление может быть зрительным и/или слуховым



Следовательно, смешение имеет место быть когда:

- **Имеется высокая степень сходства обозначений** (по результатам сравнения товарного знака и обозначения (в том числе **по смыслу (семантически)**, **по звуку (фонетически)** и **по написанию (графически)**) с учетом представленных сторонами доказательств по своему внутреннему убеждению, в т.ч. доказательства фактического смешения обозначения и товарного знака);

- **Имеется однородность товаров** (устанавливается исходя из принципиальной возможности возникновения у обычного потребителя соответствующего товара представления о принадлежности этих товаров одному производителю, в том числе по результатам опроса мнения обычных потребителей соответствующего товара;

- **Одно обозначение воспринимается потребителем за другое или если потребитель понимает, что речь идет не об одном и том же обозначении, но полагает, что оба обозначения принадлежат одному и тому же изготовителю**

Как видно, наименование и обозначение товаров производимых ООО _____, имеет сходство до степени смешения с вышеуказанными торговыми знаками ООО «С_____» по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

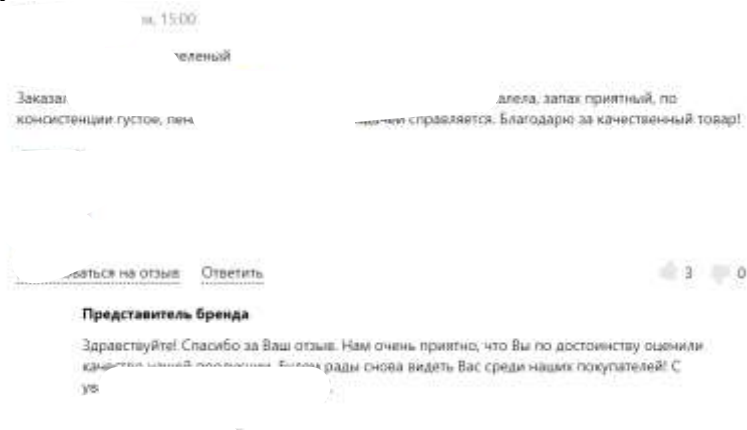
Контрафактное обозначение Гринергетик	Торговые знаки Синергетик	Признаки сходства до степени смешения
		<p>Звуковое сходство данных слов «_____» и «_____» и что выражается в следующем: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения (различие только в первом звуке: вместо звука «С» используется в контрафактном наименовании и обозначении звук «ГР»), что не влияет на общее произношение слов, при этом число слогов, ударение и общее произношение в словах _____ и _____</p>

		<p>одинаковое); расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях одинаковое; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений одинаковое; близость состава гласных одинаковое; близость состава согласных одинаковое; характер совпадающих частей обозначений одинаковое; вхождение одного обозначения в другое одинаковое; ударение одинаковое.</p> <p>Графическое сходство данных слов « _____ » определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление одинаковое; вид шрифта одинаковый; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные) одинаковое; расположение букв по отношению друг к другу одинаковое; алфавит, буквами которого написано слово, одинаковые; цвет или цветовое сочетание одно и то же: зеленый.</p> <p>Смысловое сходство данных слов « _____ » определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках): оба производителя заявляют о натуральности используемых компонентов, смысловая идея одинаковая.</p>
--	--	--

Кроме того, имеется однородность товаров, т.к. ООО _____ производит и реализует товар: Средства _____ для _____ в том яблока класс МКТУ – _____, аналогичным товару _____ средство _____ для _____ детс_____

Однородность товаров также устанавливается исходя из принципиальной возможности возникновения у обычного потребителя соответствующего товара представления о принадлежности этих товаров одному производителю, в том числе по результатам опроса мнения обычных потребителей соответствующего товара; Одно обозначение воспринимается потребителем за другое или если потребитель понимает, что речь идет не об одном и том же обозначении, но полагает, что оба обозначения принадлежат одному и тому же изготовителю.

Так согласно отзыву одного из покупателей на сайте _____ указано следующее:



Вывод: ООО «...» производит, реализует и тем самым ввел в гражданский оборот товар (Средство биоразлага... ароматом яблока Класс МКТУ), сходный до степени смешения наименования и обозначения с вышеуказанными товарными знаками ООО «...» в связи с чем указанный товар ООО «...» является контрафактным (п. 3 ст. 1484, п. 3 ст. 1515 ГК РФ) и нарушает права ООО «...» на вышеуказанные товарные знаки.

КОНЕЦ ДЕМОНСТРАЦИОННОГО ОБРАЗЦА