

Суд по интеллектуальным правам

от ответчика: ООО «АВТОлогистика»

140091, Московская область,
г.Дзержинский, ул.Энергетиков, д.22, корп.1

истец: Daimler AG

Mercedesstrasse 137, 70327, Stuttgart, Germany

третьи лица: EmEx GROUP (FZC)

P.O. Box 8323, Sharhan U.A.E.

Домодедовская таможня
142015, Московская обл.,
Домодедовский район, аэропорт Домодедово (грузовой)

дело № А41-50224/2014

ЖАЛОБА

**на определение Суда по интеллектуальным правам от 18.07.2017г.
об отказе в исправлении опечатки и об отказе в разъяснении
судебного акта**

Уважаемый суд,

Отказ Суда по интеллектуальным правам исправить опечатку ответчик оспаривать не будет, так как там оспаривать нечего. Суд по интеллектуальным правам по сути признался, что сознательно изложил неправду. Сознательное изложение неправды под понятие «опечатки» не подпадает.

Это, конечно, нехорошо, когда судьи поступают нечестно, но последствия таких поступков устранить посредством обжалования определения об исправлении опечатки не получится, да и не зачем (приложение № 1,2).

Общество «АВТОлогистика» оспаривает только отказ в разъяснении судебного акта.

Дело в том, что при первом рассмотрении настоящего дела в Суде по интеллектуальным правам судьи Снегур А.А., Силаев Р.В. и Тарасов Н.Н., принимая во внимание довод ответчика о том, что обозначение «Mercedes-Benz» в данном случае не используется как товарный знак, отправили дело на новое рассмотрение, указав на необходимость:

выяснить, какое из обозначений использовалось с целью индивидуализации товаров, а какое с иной **информационной** целью¹

Арбитражный суд Московской области указание суда кассационной инстанции исполнил:

Обозначение "MERCEDES-BENZ", размещённое третьим лицом Компанией "ЭмЭкс ГРУП ФЗС" на упаковке товаров, не является средством индивидуализации, не воспринимаются потребителем, как товарный знак, использующийся для индивидуализации самого товара, не выполняют функцию товарного знака, понятие которого содержится в п.1 ст.1477 ГК РФ, носит исключительно информационный характер относительно технического применения товара в качестве указания на назначение детали – для автомобиля "MERCEDES-BENZ".

Данный вывод основан на содержание стикера, на котором помимо обозначения "MERCEDES-BENZ" присутствует артикул детали A2118801214, страна производства Соединённые Штаты Америки, штрих-код и товарный знак № 371903, а также на изучении образцов аналогичных стикеров с указанием на автомобили "Nissan", "KIA", "Toyota", "Ford", "Honda", "Chevrolet", "Hyundai", используемых поставщиками и продавцами автозапчастей.

Компания, осуществляющая продажу автомобильных запчастей, не имеет возможности указать на назначение той или иной детали – для какого автомобиля эта деталь предназначена, не указав название данного автомобиля. Тот факт, что названия автомобилей одноименны товарным знакам, не означает, что упоминание названия автомобиля в отношении детали есть использование товарного знака.

Поскольку обозначение "MERCEDES-BENZ" служит единственно возможным указанием принадлежности запчастей к определённой марке автомобиля; никаким другим разумным образом, не используя данное обозначение, повторяющее товарный знак, нельзя указать на товар; отсутствует цель различения однородных товаров; нет недобросовестной конкуренции; нет обмана потребителя; нет попытки продать под видом оригинального контрафактный товар – нарушение исключительных прав на товарный знак "MERCEDES-BENZ" (свидетельство о регистрации Роспатента № 32836) отсутствует.

¹ третий абзац лист восемнадцатый постановления СИП от 21.01.2016г.

Правовыми основаниями отказа в удовлетворении исковых требований в отношении товарного знака "MERCEDES-BENZ" (свидетельство о регистрации Роспатента № 32836) являются статья 17 (часть 3) Конституции Российской Федерации в системной взаимосвязи с п.2 ст.1484 и п.1 ст.1477 ГК РФ, согласно которым товарный знак – это обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей. Названное положение является не только безусловным по сути, но и нашедшим своё отражение в актах конституционного правосудия, в частности в Определении Конституционного Суда РФ от 20 декабря 2001 г. № 287-0, согласно которому товарный знак представляет собой обозначение, способное отличать товары одних юридических или физических лиц от однородных товаров других юридических или физических лиц.

Закон о товарных знаках включает в себя необходимость защитить способность правообладателя выделять себя среди других производителей аналогичных товаров для того, чтобы потребитель в свою очередь имел возможность выбрать товар, происхождение и качество которого соответствуют его интересам. Правообладатель посредством регистрации товарного знака приобретает только право защитить товары, на которых размещён товарный знак, от смешения с другими товарами и тем самым оградить свою деятельность от недобросовестных действий конкурентов по использованию того же средства индивидуализации.

Товарный знак как средство индивидуализации служит важной общественной цели. Этой целью является конкуренция, которая становится возможной благодаря товарному знаку, с помощью которого потребитель может определить продукты, которые удовлетворяют его потребности и соответственно вознаградить производителя (правообладателя) повторяющимися покупками его товара. Без такой индивидуализации товаров потребительский выбор, а значит и конкуренция существовать не могут.

С другой стороны, защита товарного знака не как средства индивидуализации, может привести к прямо противоположному эффекту. Правообладатель с помощью такой неправомерной и не предусмотренной законом защиты ограждает себя от естественной ценовой и качественной конкуренции. В виду чего система конкуренции перестаёт выполнять свою функцию по эффективному распределению/перераспределению имеющихся в экономике ресурсов. Правообладатель может использовать своё право на товарный знак не до безграничности, а только насколько это необходимо для индивидуализации товара и

предотвращения обмана потребителя. Правообладатель не имеет право на обращение в суд с требованием оградить его от конкуренции с самим собой, защитить от своего собственного товара².

С озвученным выводом согласился Десятый арбитражный апелляционный суд:

в рассматриваемом случае обозначение «MERCEDES-BENZ» в контексте информации, размещенной на стикере, не воспринимается потребителем в качестве средства индивидуализации, так как носит исключительно информационный характер относительно технического применения товара, не выполняет функцию товарного знака.

Довод истца о том, что любое упоминание названия автомобиля «MERCEDESBENZ» образует использование одноимённого товарного знака «MERCEDES-BENZ», не обоснован, так как противоречит понятию товарного знака, которое содержится в ч.1 ст.1477 ГК РФ, а также положениям ч.1 ст.10 ГК РФ.

Правообладатель может использовать своё право на товарный знак не до безграничности, а только настолько это необходимо для индивидуализации товара и предотвращения обмана потребителя. Упоминание названия автомобиля на стикере не служит цели индивидуализации товара и не вводит потребителя в заблуждение относительно происхождения данного товара. Товарный знак даёт право его владельцу запрещать использовать этот товарный знак для воспрепятствования реализации аналогичных товаров под видом оригинальных. Тот факт, что название автомобиля совпадает с товарным знаком, принадлежащим его производителю, не налагает каких-либо запретов на описание деталей к автомобилю единственно возможным для поставщика и доступным потребителю способом³.

Но затем Суд по интеллектуальным правам в составе судей Булгакова Д.А., Рассомагиной Н.Л. и Лапиной И.В. при втором рассмотрении дела постановил, что слово «Mercedes-Benz» никак кроме как товарный знак использовать нельзя. Например, «я купил Mercedes-Benz» - это использование товарного знака.

Потому что:

² листы 6-7 решения АС МО от 20.06.2016г.

³ листы 7-8 постановления 10 ААС от 06.09.2016г.

судебная коллегия суда кассационной инстанции отмечает, что в целом товары и услуги существуют не сами по себе, а предназначены для определенного вида деятельности, а в конкретном случае в целях маркировки компанией оригинальных автомобильных запчастей.

По мнению ответчика, данная фраза лишена какого-либо смысла даже вне контекста «является ли фраза «я купил Mercedes-Benz» использованием товарного знака».

Мы, конечно, привыкли к тому, что судьи, удовлетворяя требования иностранных правообладателей в спорах по параллельному импорту, не задумываются над мотивировкой⁴, но в этот раз решили попросить разъяснить процитированную фразу, хотя бы пояснить, какие именно «товары и услуги предназначены для маркировки оригинальных запчастей».

Суд по интеллектуальным правам в разъяснении отказал, указав, что неясностей в этой фразе нет:

судебной коллегией не усматривается неясностей, допускающих разночтения и (или) затрудняющих уяснение содержания судебного акта и его исполнение⁵.

Общество с этим несогласно, обоснованно полагая, что вся фраза есть сплошная неясность, повторим её ещё раз:

судебная коллегия суда кассационной инстанции отмечает, что в целом товары и услуги существуют не сами по себе, а предназначены для определенного вида деятельности, а в конкретном случае в целях маркировки компанией оригинальных автомобильных запчастей.

Просим определение Суда по интеллектуальным правам от 18.07.2017г. отменить по той причине, что процитированная фраза вызывает серьезные затруднения в её уяснении.

Искренне Ваш,

Сосов М.А.

20.07.2017г.

⁴ <http://www.law-paragon.com/single-post/2017/07/20/ЛАДНО-ВРАТЬ-ТО-«ЧИСТЫЙ-КЛЕВЕР»...>

⁵ пятый абзац лист седьмой оспариваемого постановления.

Приложение :

1. копия обращения от 10.07.2017г. ,
2. копия обращения от 12.07.2017г. ,
3. копия доверенности.