

ТОП

позиций Федеральной
антимонопольной службы по
интеллектуальной
собственности





1

О НЕЗАКОННОМ ИСПОЛЬЗОВАНИИ СХОДНЫХ ДО СТЕПЕНИ СМЕШЕНИЯ СРЕДСТВ ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ

Обстоятельства дела

Ростовское УФАС установило, что фирменное наименование ООО «Социальная аптека «Лаки Фарма» сходно до степени смешения с фирменным наименованием и коммерческим обозначением ООО «Социальная аптека 6». Апелляционная коллегия ФАС отменила данное решение.

Позиция ФАС

Подход, разработанный Президиумом ВАС РФ в постановлении от 15.12.2009 № 10519/09 в отношении конфликтующих товарных знаков, применим также к фирменным наименованиям. Следовательно, использование фирменного наименования законно, даже если оно конфликтует с чужим более ранним фирменным наименованием, до тех пор, пока оно не будет признано недействительным.

[Решение Апелляционной коллегии ФАС](#)



2

О НЕЗАКОННОМ ИСПОЛЬЗОВАНИИ СХОДНОГО ДО СТЕПЕНИ СМЕШЕНИЯ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Обстоятельства дела

Школа танцев «Correlia» использовала фирменный стиль, элементы оформления и цветового решения, сходные до степени смешения с элементами детской школы балета «Lilballerin».

Позиция ФАС

Для квалификации действий хозяйствующего субъекта в качестве акта недобросовестной конкуренции, связанного с использованием фирменного стиля, необходимо оценивать используемый хозяйствующим субъектом фирменный стиль в целом, а не отдельные его элементы.

Наличие идентичных крючков для вешалок с Aliexpress, декоративного оформления стен в виде цветов не может привести к смешению школ танцев, поскольку данная продукция находится в свободной продаже и не является авторским новшеством Заявителя.

[Решение Новосибирского УФАС](#)



3

О НЕЗАКОННОМ ПРИОБРЕТЕНИИ ПРАВА НА ТОВАРНЫЙ ЗНАК

Обстоятельства дела

Заявитель считал, что ООО «РадиоГид» недобросовестно приобрело право на товарный знак «радиогид». В качестве подтверждения известности обозначения «радиогид» заявителем представлены литературные источники с ссылками на изобретения, в которых присутствует обозначение «радиогид» для указания различными участниками рынка на вид устройств.

Позиция ФАС

Само по себе приобретение одним субъектом предпринимательской деятельности исключительного права на товарный знак, представляющий собой обозначение, используемое ранее в художественной и научной литературе, а также в коммерческом обороте различными лицами, закону не противоречит.

[Решение Московского УФАС](#)



4

**ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ КЛЮЧЕВЫХ
СЛОВ В КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЕ****Обстоятельства дела**

При вводе поискового запроса «випсилинг», схожего со словесным обозначением товарного знака заявителя, вторым объявлением сверху появляется рекламная запись сайта ответчика, в тексте которой содержится слово «випсилинг». При нажатии на обозначение «випсилинг» осуществляется переход с рекламного объявления на сайт конкурента.

Позиция ФАС

Использование ключевых слов, сходных до степени смешения со средствами индивидуализации конкурента, при настройке контекстной рекламы не приводит к созданию смешения, поскольку отображаемая в результате поиска реклама не может ввести потребителей в заблуждение относительно лица, оказывающего рекламируемую услугу. Это правило не применимо к отображаемым ссылкам, так как потребитель видит данные ссылки в результатах выдачи и у него может создаться впечатление, что сетевой ресурс принадлежит конкуренту.

[Решение Новосибирского УФАС](#)