

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 078/01/14.6-1/2023

Резолютивная часть оглашена «22» марта 2023 года Санкт-Петербург  
В полном объеме решение изготовлено «29» марта 2023 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

председатель:

Никитина – заместитель руководителя управления,  
М.Ф.

члены:

Величко – заместитель начальника отдела антимонопольного контроля  
П.С. хозяйствующих субъектов и рекламы управления,  
Бегунов – главный государственный инспектор отдела антимонопольного  
О.А. контроля хозяйствующих субъектов и рекламы,  
Куриленко – специалист 1 разряда отдела антимонопольного контроля  
Н.И. хозяйствующих субъектов и рекламы,

рассмотрев дело № 078/01/14.6-1/2023 по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем Эльманом Нариманом-оглы Сафиевым (адрес: <...>, ИНН 783803893653, ОГРНИП 321784700129946) пункта 1 статьи 14<sup>6</sup> Федерального закона от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции», выразившегося в создании смешения путём использования обозначений «в лаваше шаверма», «shaverma.v.lavashe» для индивидуализации услуг своего кафе по адресу: Санкт-Петербург, Казанская улица, дом 26/27, эти обозначения сходны до степени смешения с товарным знаком по свидетельству № 728601 и использованы незаконно.

в присутствии:

от заявителя – Никита Игоревич <...>(по доверенности от 20 октября 2021 года),

от ответчика — Екатерина Андреевна <...>(по доверенности от 6 февраля 2023 года),

### УСТАНОВИЛА:

в Санкт-Петербургское УФАС России поступило заявление индивидуального предпринимателя П.Е. Крупина (вх. № 25806-ЭП/22 от 07.10.2022) относительно возможного нарушения индивидуальным предпринимателем Э. Н.-о. Сафиевым пункта 1 статьи 14<sup>6</sup> Закона<sup>1</sup> о защите конкуренции. По мнению заявителя, Э. Н.-о. Сафиев, незаконно использует обозначения, сходные до степени смешения с его товарными знаками.

Статья 14<sup>6</sup> Закона о защите конкуренции содержит запрет на недобросовестную

конкуренцию, связанную с созданием смешения. Не допускается недобросовестная конкуренция путём совершения хозяйствующим субъектом действий, способных вызвать смешение с деятельностью хозяйствующего субъекта-конкурента либо с товарами или услугами, вводимыми хозяйствующим субъектом-конкурентом в гражданский оборот на территории Российской Федерации.

Рассмотрев заявление индивидуального предпринимателя П.Е. Крупина (вх. № 25806-ЭП/22 от 07.10.2022), Санкт-Петербургское УФАС России выявило в действиях индивидуального предпринимателя Э. Н.-о. Сафиева признаки нарушения пункта 1 статьи 14<sup>6</sup> Закона о защите конкуренции.

## **1. Сведения о ходе рассмотрения дела**

Статья 39<sup>1</sup> Закона о защите конкуренции не предусматривает выдачу предупреждения в случае, если антимонопольный орган выявит признаки нарушения статьи 14<sup>6</sup> данного Федерального закона в действиях хозяйствующих субъектов. Следовательно, антимонопольный орган возбуждает дело о нарушении антимонопольного законодательства непосредственно после того, как выявит признаки нарушения пункта 1 статьи 14<sup>6</sup> Закона о защите конкуренции.

На основании изложенного, Санкт-Петербургское УФАС России издало приказ от 9 января 2023 года № 1/23 о возбуждении дела и создании комиссии по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем Э. Н.-о. Сафиевым пункта 1 статьи 14<sup>6</sup> Закона о защите конкуренции. Определением от 26 января 2023 года № 78/1746/23 Санкт-Петербургское УФАС России назначило дело № 078/01/14.6-1/2023 к рассмотрению на 14 февраля 2023 года.

14 февраля 2023 года комиссия усмотрела в действиях индивидуального предпринимателя Э. Н.-о. Сафиева нарушение антимонопольного законодательства и приняла заключение об обстоятельствах дела. В этой связи определением от 14 февраля 2023 года № 78/3334/23 комиссия отложила рассмотрение дела № 078/01/14.6-1/2023 на 22 марта 2023 года, чтобы стороны могли ознакомиться с заключением и представить пояснения, доказательства, доводы в письменной форме в отношении обстоятельств, которые изложены в упомянутом заключении.

22 марта 2023 года по окончании рассмотрения дела оглашена резолютивная часть решения по делу № 078/01/14.6-1/2023.

С учётом изложенного, дело № 078/01/14.6-1/2023 рассмотрено в соответствии с требованиями главы 9 Закона о защите конкуренции.

## **2. Выводы о наличии признаков недобросовестной конкуренции**

1. Каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности. Не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию (статья 34 Конституции)

России).

Статья 10.bis Конвенции по охране промышленной собственности (заключена в Париже 20.03.1883, СССР присоединился к данной конвенции 01.07.1965) устанавливает, что актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах. В частности, подлежат запрету:

- 1) все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смещение в отношении предприятия, продуктов или промышленной или торговой деятельности конкурента;
- 2) ложные утверждения при осуществлении коммерческой деятельности, способные дискредитировать предприятие, продукты или промышленную или торговую деятельность конкурента;
- 3) указания или утверждения, использование которых при осуществлении коммерческой деятельности может ввести общественность в заблуждение относительно характера, способа изготовления, свойств, пригодности к применению или количества товаров.

Конституционное требование действовать добросовестно и не злоупотреблять своими правами равным образом обращено ко всем участникам гражданских правоотношений. Гражданский кодекс Российской Федерации называет в числе основных начал гражданского законодательства следующие: при установлении, осуществлении и защите гражданских прав и при исполнении гражданских обязанностей участники гражданских правоотношений должны действовать добросовестно (пункт 3 статьи 1); никто не вправе извлекать преимущество из своего незаконного или недобросовестного поведения (пункт 4 статьи 1); не допускаются любое заведомо недобросовестное осуществление гражданских прав (злоупотребление правом), использование гражданских прав в целях ограничения конкуренции, а также злоупотребление доминирующим положением на рынке (пункт 1 статьи 10).

Под недобросовестной конкуренцией согласно пункту 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции понимаются любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации. При этом под конкуренцией в свою очередь понимается соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке (пункт 7 статьи 4 Закона о защите конкуренции).

Как разъяснено в пункте 30 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 4 марта 2021 года № 2 «О некоторых вопросах, возникающих в связи

с применением судами антимонопольного законодательства», в силу запрета недобросовестной конкуренции хозяйствующие субъекты вне зависимости от их положения на рынке при ведении экономической деятельности обязаны воздерживаться от поведения, противоречащего законодательству и (или) сложившимся в гражданском обороте представлениям о добропорядочном, разумном и справедливом поведении (статья 10-bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности, пункты 3, 4 статьи 1 Гражданского кодекса России, пункты 7 и 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции).

Должны быть установлены в совокупности:

- факт осуществления хозяйствующим субъектом действий, способных оказать влияние на состояние конкуренции;
- отличие избранного хозяйствующим субъектом способа конкуренции на рынке от поведения, которое в подобной ситуации ожидалось бы от любого субъекта, преследующего свой имущественный интерес, но не выходящего за пределы осуществления гражданских прав и честной деловой практики;
- направленность поведения хозяйствующего субъекта на получение преимущества, в частности имущественной выгоды или возможности ее извлечения, при осуществлении экономической деятельности за счет иных участников рынка, в том числе посредством оказания влияния на выбор покупателей (потребителей), на возможность иных хозяйствующих субъектов, конкурирующих добросовестно, извлекать преимущество из предложения товаров на рынке, на причинение вреда хозяйствующим субъектам-конкурентам иными подобными способами.

Из постановления Конституционного Суда Российской Федерации от 17 февраля 2022 года № 7-П по делу о проверке конституционности статей 14<sup>8</sup> и 51 Федерального закона «О защите конкуренции» в связи с жалобой общества с ограниченной ответственностью «Медэксперт» следует, что признаками (характеристиками) недобросовестной конкуренции является совокупность следующих условий:

- действия виновного направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности,
- эти действия противоречат законодательству, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости,
- они причинили или могут причинить убытки конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

Изучив материалы дела и заслушав доводы сторон, комиссия приходит к выводу, что действия индивидуального предпринимателя Э. Н.-о. Сафиева содержат все признаки акта недобросовестной конкуренции, запрет на которую установлен пунктом 1 статьи 14<sup>6</sup> Закона о защите конкуренции.

1.

2. Анализ товарного знака заявителя;

его сходства с товарами ответчика

1. Индивидуальный предприниматель П.Е. Крупин обладает исключительным правом на товарный знак по свидетельству № 728601. Исключительное право на товарный знак перешло к заявителю 4 марта 2021 года по договору об отчуждении исключительного права, заключённому с первоначальным правообладателем: индивидуальным предпринимателем К.О. Клименко.

Согласно информации официального сайта Федерального института промышленной собственности [www1.fips.ru](http://www1.fips.ru) товарный знак по свидетельству № 728601 является действующим. Перерывов в его правовой охране не было.

На основании свидетельства на товарный знак № 728601 правовая охрана предоставлена словесному обозначению «влаваше vlavashe».

Товарный знак по свидетельству № 728601 зарегистрирован для индивидуализации широкого перечня товаров класса 43 Международной классификации товаров, работ и услуг (МКТУ), в том числе для следующих товаров:

- закусовые;
- кафе;
- кафетерии;
- рестораны;
- рестораны самообслуживания;
- услуги баров.

1.

1.

2. В силу пункта 1 статьи 1484 Гражданского кодекса Российской Федерации лицу, на имя которого зарегистрирован товарный знак (правообладателю), принадлежит исключительное право использования товарного знака в соответствии со статьей 1229 этого Кодекса любым не противоречащим закону способом (исключительное право на товарный знак), в том числе способами, указанными в пункте 2 цитируемой статьи. Правообладатель может распоряжаться исключительным правом на товарный знак.

Пунктом 2 статьи 1484 Гражданского кодекса Российской Федерации установлено, что 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;

- при выполнении работ, оказании услуг;

- на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот;

- в предложениях о продаже товаров, о выполнении работ, об оказании услуг, а также в объявлениях, на вывесках и в рекламе;

- в сети «Интернет», в том числе в доменном имени и при других способах адресации.

1.

1.

3. ООО «РЕГ.РУ» является регистратором доменного имени vlavashe.ru. Как следует из представленного в материалы дела свидетельства о регистрации доменного имени (вх. № 30283-ЭП/22 от 28.11.2022), индивидуальный предприниматель П.Е. Крупин является администратором доменного имени vlavashe.ru с 27 декабря 2017 года.

На сайте vlavashe.ru использован товарный знак по свидетельству № 728601. Также на этом сайте предложены к продаже различные продукты питания. Например, супы, безалкогольные напитки, шавермы, в том числе на подносе, в пите или с фалафелем.

Эти блюда можно купить как в кафе «VЛAVАШЕ», так и заказать их доставку. В непосредственной близости от места осуществления деятельности ответчика расположены 3 кафе «VЛAVАШЕ» (Садовая ул., 40, Невский пр., д. 10, и Московский пр., д.14).

Кроме того, заявитель представил информацию (вх. № 30283-ЭП/22 от 28.11.2022), что фактически в меню кафе ответчика имеются ланчи и кофе.

Таким образом, факт использования заявителем товарного знака по свидетельству № 728601 подтверждается материалами настоящего дела и общедоступными сведениями. Стороны этот факт не отрицают.

1.

1.

4. На фасаде дома 26/27 по Казанской улице в Санкт-Петербурге оборудована консольная вывеска (изображение справа). На этой вывеске размещено словесное обозначение «в лаваше шаверма» и изображение шавермы. Также это комбинированное обозначение размещено внутри предприятия общественного питания (кафе) по указанному адресу и на его окнах.

Заявитель представил изображение меню кафе ответчика (вх. № 25806-ЭП/22 от 07.10.2022). Ответчик продаёт фалафель в лаваше, на тарелке или в пите, шавермы в лаваше, на тарелке или в пите, супы, обеды. Также предложены к продаже безалкогольные напитки, в том числе кофе.

В социальной сети «Instagram»<sup>2</sup> создан аккаунт «shaverma.v.lavashe». Страница доступа к аккаунту: [instagram.com/shaverma.v.lavashe/](https://www.instagram.com/shaverma.v.lavashe/). В этом аккаунте использовано обозначение «shaverma.v.lavashe».

1.

1.

5. Санкт-Петербургское УФАС России на основании пункта 3.3 Соглашения о взаимодействии Федеральной антимонопольной службы и Федеральной службы по интеллектуальной собственности от 09 апреля 2010 года, запросило у Роспатента справку о результатах оценки степени сходства между товарными знаками заявителя и обозначениями, которые использует индивидуальный предприниматель Э. Н.-о. Сафиев.

Федеральный институт промышленной собственности по поручению Роспатента подготовил указанную справку (вх. № 29111/22 от 15.11.2022). Изучив представленную справку, комиссия Санкт-Петербургского УФАС России пришла к следующим выводам.

Имеются основания для вывода о смешении между обозначениями «в лаваше шаверма», «shaverma.v.lavashe» Э. Н.-о. Сафиева и товарным знаком по свидетельству № 728601. Обозначения «shaverma.v.lavashe», «в лаваше шаверма» ассоциируются с товарным знаком по свидетельству № 728601 в силу фонетического сходства словесных элементов.

Являются однородными услуги, для индивидуализации которых зарегистрирован товарный знак по свидетельству № 728601, и услуги, которые вводит в оборот индивидуальный предприниматель Э. Н.-о. Сафиев с использованием обозначений «в лаваше шаверма», «shaverma.v.lavashe». При установлении однородности услуг принималось во внимание: вид услуг, взаимодополняемость услуг, общий круг потребителей.

1.

1.

6. Комиссия рассмотрела вопрос сходства между товарным знаком по свидетельству № 728601 и товарами сторон с позиции обычного потребителя подобной продукции. Также комиссия самостоятельно изучила наличие однородности между товарами сторон и товарами, для индивидуализации которых зарегистрирован товарный знак по свидетельству № 728601.

По мнению комиссии, у потребителя в большинстве случаев нет возможности сравнить два обозначения. Потребитель руководствуется общим впечатлением об обозначении виденном ранее. При этом потребитель, как правило, запоминает

отличительные элементы обозначения (по аналогии с пунктом 7.1.1 Руководства<sup>3</sup> по регистрации товарных знаков). При оценке степени угрозы смешения сравниваемых товарных знаков и обозначений нет необходимости устанавливать или доказывать, что все потребители соответствующих товаров и/или услуг будут смешивать сравниваемые обозначения. Действующее законодательство не предполагает необходимости представления доказательств фактического смешения сравниваемых товарных знаков и обозначений. Разрешение ситуаций, связанных с угрозой смешения сравниваемых товарных знаков и обозначений, осуществляется на основании оценки вероятности смешения товарных знаков и обозначений в том виде, в котором они фактически использованы (по аналогии с пунктом 7.1.1 Руководства по регистрации товарных знаков).

Комиссия учитывает, что стороны осуществляют деятельность на рынке услуг кафе. Широкий круг потребителей систематически покупает продукты питания в кафе. При этом стоимость товаров не предполагает, что потребители при их выборе проявляют какое-либо повышенное внимание к кафе, в котором они продаются.

Комиссия приходит к выводу, что словесное обозначение «лаваше lavashe», которому предоставлена правовая охрана на основании свидетельства № 728601, является сходным до степени смешения со словесными обозначениями «лаваше» и «shaverma.v.lavashe», а также комбинированным обозначением со словесным элементом «в лаваше шаверма».

Комиссия сопоставила услуги, для индивидуализации которых зарегистрирован товарный знак заявителя, и товары, которые вводят в оборот стороны. Комиссия приходит к выводу, что эти услуги однородны (релеванты) между собой на основании следующего.

Заявитель и ответчик реализуют свои продукты питания посредством кафе (предприятие питания, предоставляющее потребителю услуги по организации питания). При этом для индивидуализации таких услуг зарегистрирован товарный знак по свидетельству № 728601.

1.

1.

7. С учётом изложенного, использование комбинированное обозначения со словесным элементом «в лаваше шаверма», словесных обозначений «лаваше» и «shaverma.v.lavashe» для индивидуализации кафе будет являться одним из способов использования товарного знака по свидетельству № 728601.

2. Анализ действий ответчика,

их противоречия законодательству и иным нормам

1. Согласно пункту 3 статьи 1484 Гражданского кодекса Российской Федерации 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.

Заявитель не разрешал ответчику использовать товарный знак по свидетельству № 728601 каким-либо образом, в том числе посредством размещения сходного с ним до степени смешения обозначения на вывесках или при способах адресации в сети Интернет. Следовательно, индивидуальный предприниматель Э. Н.-о. Сафиев использует обозначения «в лаваше шаверма», «shaverma.v.lavashe» без законных на то оснований.

Статья 14<sup>б</sup> Закона о защите конкуренции содержит запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с созданием смешения. Не допускается недобросовестная конкуренция путем совершения хозяйствующим субъектом действий (бездействия), способных вызвать смешение с деятельностью хозяйствующего субъекта-конкурента либо с товарами или услугами, вводимыми хозяйствующим субъектом-конкурентом в гражданский оборот на территории Российской Федерации, в том числе:

1) незаконное использование обозначения, тождественного товарному знаку, фирменному наименованию, коммерческому обозначению, наименованию места происхождения товара хозяйствующего субъекта-конкурента либо сходного с ними до степени смешения, путем его размещения на товарах, этикетках, упаковках или использования иным образом в отношении товаров, которые продаются либо иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации,

а также путем его использования в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая размещение в доменном имени и при других способах адресации;

2) копирование или имитация внешнего вида товара, вводимого в гражданский оборот хозяйствующим субъектом-конкурентом, упаковки такого товара, его этикетки, наименования, цветовой гаммы, фирменного стиля в целом (в совокупности фирменной одежды, оформления торгового зала, витрины) или иных элементов, индивидуализирующих хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товар.

1.

1.

2. Индивидуальный предприниматель Э. Н.-о. Сафиев использует комбинированное обозначения «в лаваше шаверма» на вывеске, которая оборудована на фасаде дома, в котором он осуществляет свою деятельность, а также на наклейках на окнах. Эта вывеска и наклейки доступны для неопределённого круга лиц. Доступ в кафе ответчика не ограничен.

Таким образом, комиссия считает доказанной направленность действий индивидуального предпринимателя Э. Н.-о. Сафиева на систематическое введение в оборот услуг (товаров) с обозначениями «в лаваше шаверма», «shaverma.v.lavashe».

1.

1.

3. С учётом изложенного, индивидуальный предприниматель Э. Н.-о. Сафиев своими действиями может создать смешение между своими услугами и услугами индивидуального предпринимателя П.Е. Крупина. Комиссия считает, что действия индивидуального предпринимателя Э. Н.-о. Сафиева нельзя признать честными и добросовестными. Его действия противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости, поскольку могут дезориентировать потребителей товаров сторон, повлиять на их выбор и отвлечь от добросовестных участников рынка.

## 2. Выводы по результатам проведения анализа конкуренции на товарном рынке

В соответствии с частью 5.1 статьи 45 Закона о защите конкуренции Санкт-Петербургское УФАС России провело анализ состояния конкуренции в соответствии с Порядком<sup>4</sup> проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке в объёме, необходимом для принятия решения по настоящему делу. По результатам анализа составлен соответствующий аналитический отчёт.

По делам, возбужденным по признакам нарушения статей 14.1-14.8 Закона о защите конкуренции, анализ состояния конкуренции на товарном рынке проводится с особенностями, установленными пунктом 10.6 Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке. По делам данной категории анализ состояния конкуренции на товарном рынке включает следующие этапы:

а) определение временного интервала исследования товарного рынка;

б) определение продуктовых границ товарного рынка. Определение продуктовых границ товарного рынка может производиться исходя из предмета договоров, заключаемых хозяйствующим субъектом (в том числе в отношении которого поданы в антимонопольный орган заявления, материалы) по поводу товара, предлагаемого им к продаже;

в) определение географических границ товарного рынка;

г) определение состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке, в объеме установления фактических конкурентных отношений между хозяйствующим субъектом, в действиях (бездействии) которого обнаружены признаки недобросовестной конкуренции, и хозяйствующим субъектом, которому указанными действиями (бездействием) причинены или могут быть причинены убытки либо нанесен или может быть нанесен вред его деловой репутации.

По результатам проведения анализа состояния конкуренции применительно к рассматриваемому случаю Санкт-Петербургское УФАС России составило аналитический отчёт. В данном отчёте отражены все необходимые сведения, предусмотренные пунктом 10.6 Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке.

По результатам анализа конкуренции на товарном рынке для целей рассмотрения настоящего дела Санкт-Петербургское УФАС России пришло к следующим

## ВЫВОДАМ:

- временной интервал исследования товарного рынка: с 1 января 2022 года<sup>5</sup> по настоящее время,
- продуктовые и географические границы товарного рынка: услуги кафе (услуги по организации питания) в географических границах Санкт-Петербурга;
- стороны являются конкурентами друг друга на рынке услуг кафе (услуг по организации питания) в географических границах Санкт-Петербурга с 1 января 2022 года по настоящее время.

1.

### 5. Анализ преимуществ ответчика и возможных убытков его конкурентов

Под направленностью действий хозяйствующего субъекта на получение преимуществ в предпринимательской деятельности понимается их объективная способность предоставить хозяйствующему субъекту такие преимущества. При этом сами преимущества означают такое превосходство над конкурентами, которое обеспечивает в том числе возможность увеличить размер получаемой прибыли

по отношению к уровню прибыли при воздержании от указанных действий. Таким образом, действия хозяйствующих субъектов могут считаться направленными на получение преимуществ, если они позволяют хозяйствующим субъектам увеличить получаемую прибыль либо предотвратить ее неизбежное снижение.

Преимущества индивидуального предпринимателя Э. Н.-о. Сафиева, которые он извлёк из своего поведения на рынке, состоят в том, что он был лишен необходимости вкладывать значительные средства для продвижения на рынке своих услуг кафе под собственным брендом. Такие действия ответчика могут быть причиной ошибочного выбора потребителей при приобретении товара (услуг), когда они воспринимают услуги ответчика как услуги заявителя. Вместо развития собственного бренда индивидуальный предприниматель Э. Н.-о. Сафиев пользуется положительной репутацией услуг заявителя.

Действия индивидуального предпринимателя Э. Н.-о. Сафиева направлены на увеличение спроса на его услуги. Поведение индивидуального предпринимателя Э. Н.-о. Сафиева может вызвать перераспределение спроса на рынке услуг кафе в географических границах Санкт-Петербурга.

Индивидуальный предприниматель Э. Н.-о. Сафиев своими действиями создаёт предпосылки к изменению спроса в свою пользу и создает для себя необоснованное конкурентное преимущество при осуществлении предпринимательской деятельности, а также оказывает негативное влияние на состояние конкуренции на товарном рынке путём перераспределения спроса в пользу недобросовестного участника. При этом данное не конкурентное преимущество индивидуальный предприниматель Э. Н.-о. Сафиев обеспечивает эксплуатацией репутации бренда

своего конкурента.

Индивидуальный предприниматель Э. Н.-о. Сафиев своими действиями отвлекает потребителей от добросовестных субъектов предпринимательской деятельности и создаёт у потребителей ложное впечатление о потребительских свойствах собственного кафе. Возможна ситуация, когда лица, которые в обычных условиях гражданского оборота обратились бы к конкурентам ответчика, были введены в заблуждение и купили его товар (услуги).

С учётом изложенного, индивидуальный предприниматель Э. Н.-о. Сафиев создаёт перераспределение спроса в свою пользу, «переманивая» потенциальных потребителей у своих добросовестных конкурентов. Такое перераспределение спроса влечёт уменьшение доходов у конкурентов ответчика, то есть они не могут рассчитывать на тот уровень прибыли, на который были бы вправе претендовать в обычных условиях гражданского оборота.

В состав убытков входят реальный ущерб и упущенная выгода. Под упущенной выгодой понимаются не полученные доходы, которые лицо, чьё право нарушено, получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено (пункт 2 статьи 15 Гражданского кодекса).

Следовательно, в рассматриваемом случае как уже понесённые, так и потенциальные убытки конкурентов ответчика следует отнести к убыткам в форме упущенной выгоды.

Также следует учитывать, что создание смешения в некоторых случаях может повлечь не только перераспределение спроса на рынке, но и угрожает деловой репутации заявителя и его услуг. Это возможно в случае, если потребительские свойства услуг нарушителя ниже потребительских свойств оригинальных услуг. В результате потребитель, который рассчитывает на определённые привычные ему свойства услуг, остаётся неудовлетворённым потребительскими свойствами услуг кафе заявителя и теряет лояльность к бренду заявителя в целом.

Следовательно, действия индивидуального предпринимателя Э. Н.-о. Сафиева могут умалять деловую репутацию индивидуального предпринимателя П.Е. Крупина. При этом сам ответчик не несёт каких-либо рисков, связанных с возможной потерей репутации.

### **3. Анализ доводов сторон по делу**

1. Позиция заявителя изложена в его заявлении (вх. № 25806-ЭП/22 от 07.10.2022), дополнении к нему (вх. № 30283-ЭП/22 от 28.11.2022), пояснениях по делу (вх. № 3198-ЭП/23 от 08.02.2023, вх. № 3303-ЭП/23 от 09.02.2023), устных пояснениях по делу. Доводы заявителя сводятся к следующему.

Заявителю принадлежит исключительное право на товарные знаки по свидетельствам №№ 822584, 728601. Ответчик без согласия заявителя использует в своей предпринимательской деятельности обозначения, сходные до степени смешения с указанными товарными знаками.

Действия ответчика, выраженные в использовании обозначения, сходного до степени смешения с товарными знаками, направлены на получение преиму

щества в предпринимательской деятельности, путем введения потребителей в заблуждение о принадлежности кафе ответчика к сети стрит-фуд кафе «влаваше».

В рассматриваемом случае имеется вероятность смешения (имеется вероятность для потребителя в силу восприятия спорных элементов индивидуализации перепутать товары и купить один вместо другого либо формируется впечатление, что товар (услуга) ответчика каким-либо образом связаны с заявителем, что ведет к возможному перераспределению спроса на рынке).

Потребители неоднократно на протяжении длительного периода времени принимали кафе ответчика за кафе заявителя, что подтверждается отзывами в сети Интернет. Как следует из отзывов, ответчик не поддерживает требований к качеству работы, на которые рассчитывает потребитель, введенный в заблуждение фактом копирования элементов индивидуализации заявителя.

Данное обстоятельство однозначно свидетельствует о смешении обозначений ответчика с товарными знаками заявителя в глазах потребителей. Из-за этого потребители введены в заблуждение ввиду возникновения в их сознании прочной ассоциативной связи заведения ответчика с сетью стрит-фуд кафе «влаваше».

Ответчик по-прежнему использует обозначение, сходное до степени смешения с товарными знаками заявителя. В этой связи заявитель полагает, что нарушение ответчика носит умышленный и грубый характер.

Ответчик не представил документов, подтверждающих правомерное использование обозначений, сходных до степени смешения с товарными знаками заявителя.

- 1.
2. Комиссия считает возможным согласиться с доводами индивидуального предпринимателя П.Е. Крупина.

Вместе с тем комиссия не усматривает сходства до степени смешения между товарным знаком по свидетельству № 822584 и обозначениями «в лаваше шаверма», «shaverma.v.lavashe». Комиссия по этому вопросу учитывает справку о результатах оценки степени сходства обозначений, которую подготовил Федеральный институт промышленной собственности (вх. № 29111/22 от 15.11.2022).

- 1.
3. Индивидуальный предприниматель Э. Н.-о. Сафиев сообщил свои доводы в письменных пояснениях по делу (вх. № 2420-ЭП/23 от 31.01.2023, вх. № 2693/23 от 02.02.2023, вх. № 3022-ЭП/23 от 07.02.2023), устных пояснениях по делу. Доводы ответчика сводятся к следующему.

Индивидуальный предприниматель Э. Н.-о. Сафиев не входит в одну группу лиц с каким-либо хозяйствующим субъектом.

Ответчик осуществляет свою деятельность исключительно по адресу: Санкт-Петербург, Казанская улица, дом 26/27. Доставки товаров у его кафе нет.

Э. Н.-о. Сафиев до 2021 года являлся работником ООО «Столовая ложка». В 2018 году ответчик начал развивать отдельное направление общественного питания: шаверма в лаваше. В 2018 году он не был хозяйствующим субъектом.

Ответчик считает, что обозначение «влaвaше» не приобрело широкую известность среди потребителей. При этом индивидуальный предприниматель Э. Н.-о. Сафиев настаивает, что начал использовать спорные обозначения с 2018 года.

Отдельно ответчик подчёркивает, что товарные знаки заявителя не сходны до степени смешения с обозначениями, которые использует ответчик. По его мнению, словесное уточнение «в лаваше» не является самостоятельным отдельным обозначением.

Обозначение заявителя «влaвaше» исполнено русскими и латинскими буквами вперемешку. Визуализация и смысловая нагрузка обозначений сторон сильно отличается между собой. Обозначение заявителя «влaвaше» носит фантазийный характер и читается с трудом.

1.

4. Комиссия отклоняет доводы индивидуального предпринимателя Э. Н.-о. Сафиева на основании следующего.

Комиссия отмечает, что индивидуальный предприниматель Э. Н.-о. Сафиев зарегистрирован в качестве индивидуального предпринимателя 28 апреля 2021 года. Ответчик не доказал, что до этого времени входил в одну группу лиц с каким-либо хозяйствующим субъектом.

Следовательно, до 28 апреля 2021 года ответчик не мог на законных основаниях осуществлять предпринимательскую деятельность. В этой связи она отклоняет этот довод ответчика.

Индивидуальный предприниматель Э. Н.-о. Сафиев не представил каких-либо доказательств о своей связи с ООО «Столовая ложка». Должность кассира-повара не предполагает права пользоваться каким-либо обозначениями. В этой связи комиссия отклоняет этот довод ответчика.

Комиссия Санкт-Петербургского УФАС России не может основывать свои выводы на убеждённости сторон относительно отсутствия или наличия нарушения антимонопольного законодательства. Стороны заинтересованы в выгодном для себя исходе дела, поэтому комиссия в данной части полагается на собственные выводы и данные полученные, от незаинтересованных лиц.

Федеральный институт промышленной собственности подготовил справку о результатах оценки степени сходства обозначений сторон (вх. № 29111/22 от 15.11.2022). Выводы ФИПС ответчик не оспорил.

У комиссии нет каких-либо оснований не доверять выводам ФИПС. Кроме того, комиссия на основании имеющихся доказательств пришла к аналогичному выводу.

Комиссия также не может согласиться с тем, что обозначение «влaвaше»

не приобрело широкую известность. Это опровергается доказательствами, которые заявитель представил в материалы дела, а также общедоступными сведениями.

#### **4. Анализ позиций ответчика и заинтересованных лиц после принятия заключения об обстоятельствах дела**

1. До заседания индивидуальный предприниматель П.Е. Крупин направил комиссии свои письменные пояснения (вх. № 5824-ЭП/23 от 13.03.2023). В ходе заседания комиссии его представитель Н.И. <...> дополнил позицию заявителя.

Доводы индивидуального предпринимателя П.Е. Крупина сводятся к следующему.

Он считает, что комиссией проведено всестороннее и полное рассмотрение дела № 078/01/14.6-1/2023. Комиссия исследовала все доказательства, представленные сторонами.

Все доводы заявителя, изложенные в заявлении (вх. № 25806-ЭП/22 от 07.10.2022), дополнении к нему (вх. № 30283-ЭП/22 от 28.11.2022), пояснениях по делу (вх. № 3198ЭП/23 от 08.02.2023, вх. № 3303-ЭП/23 от 09.02.2023), устных пояснениях по делу учтены комиссией.

Доводы ответчика, изложенные в пояснениях по делу (вх. № 2420-ЭП/23 от 31.01.2023, вх. № 2693/23 от 02.02.2023, вх. № 3022-ЭП/23 от 07.02.2023) также были исследованы комиссией в полном объеме.

Заявитель считает, что обоснованы выводы комиссии о наличии в действиях ответчика всех признаков (характеристик) акта недобросовестной конкуренции, что свидетельствует о нарушении ответчиком пункта 1 статьи 14<sup>б</sup> Закона о защите конкуренции».

- 1.
2. Изучив доводы индивидуального предпринимателя П.Е. Крупина, комиссия считает возможным согласиться с ними.
3. Индивидуальный предприниматель Э. Н.-о. Сафиев представил свои письменные возражения на заключение об обстоятельствах дела (вх. № 6439-ЭП/23 от 17.03.2023). В ходе заседания представитель ответчика Е.А. <...> дала дополнительные пояснения по делу.

Доводы индивидуального предпринимателя Э. Н.-о. Сафиева сводятся к следующему.

1.
  1. Ответчик использует обозначение «в лаваше шаверма» с 2018 года на консольной вывеске с 2018 года. Разрешение было выдано иному лицу, но это не отменяет то, что это изображение обозначение использовалось

ещё до регистрации товарного знака Заявителя.

Данный факт доказывает отсутствие умышленной направленности поведения ответчика на получение преимущества, или возможности извлечения выгоды за счёт иных участников рынка, в частности заявителя. Ответчик считает, что комиссия Санкт-Петербургского УФАС России в своём заключении не оценивает объективную сторону состава правонарушения, ссылаясь исключительно на наличие признаков акта недобросовестной конкуренции в соответствии с законодательством.

1.

1.

2. Ответчик утверждает, что одного лишь фонетического сходства обозначений сторон недостаточно для вывода о наличии риска смешения. Потребитель при приобретении товара ориентируется в первую очередь на изображение вывески заведения. Воздействие консольной вывески ответчика на конкурентную среду выражается исключительно в зрительном её восприятии, звукового сопровождения у кафе индивидуального предпринимателя Э. Н.-о. Сафиева нет.

По его мнению, Федеральный институт промышленной собственности установил отсутствие визуального сходства рассматриваемых изображений (вывесок), и установил признаки сходства изображений только с фонетической точки зрения, то есть при произнесении рассматриваемых названий. Исключительно фонетическое сходство не может оказать большого влияния на состояние конкуренции на рынке. Ответчик использует для индивидуализации своих услуг вывеску, изображение которой не является сходным до степени смешения с зарегистрированными обозначениями заявителя.

Недопустимо выделять элементы комбинированного обозначения и рассматривать их отдельно, надпись на вывеске ответчика «В ЛАВАШЕ ШАВЕРМА» неотделимо связана с изображением и цветом и воспринимается покупателями целиком, а не по отдельности. Визуального смешения обозначений сторон не имеется, что подтверждает справка ФИПС.

1.

1.

3. Одним из обстоятельств, для констатации факта недобросовестной конкуренции является установление факта причинения или возможность причинения ущерба конкуренту. Заявителем не представлены доказательства причинения или возможности причинения ущерба как следствие действий ответчика.
2. Изучив доводы индивидуального предпринимателя Э. Н.-о. Сафиева, комиссия отклоняет их на основании следующего.
  1. Представитель ответчика Е.А. Богданова пояснила, что ООО «Столовая ложка» является семейным предприятием. Контроль над этим обществом осуществляют родственники индивидуального



предпринимателя Э. Н.-о. Сафиева.

Ответчик в составе своих пояснений представил информацию о своей группе лиц (вх. № 2693/23 от 02.02.2023, вх. № 3022-ЭП/23 от 07.02.2023). Ответчик не сообщил комиссии, что он входит в одну группу лиц с каким-либо лицом. Также он не сообщил, что о данных фактах, когда раскрывал перед комиссией характер взаимоотношений с ООО «Столовая ложка».

Оценка прочих доводов ответчика в данной части изложена в пункте 3.4 настоящего решения.

Таким образом, комиссия считает, что доводы ответчика в данной части не основаны на доказательствах.

Также комиссия обращает внимание ответчика, что при принятии решения по настоящему делу не руководствуется положениями Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

1.

1.

2. Согласно пункту 41 Правил<sup>6</sup> составления заявок на регистрацию товарных знаков, пунктам 7, 7.1.1 Руководства по регистрации товарных знаков обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В силу пункт 42 Правил составления заявок на регистрацию товарных знаков, пункта 7.1.2 Руководства по регистрации товарных знаков словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и комбинированными обозначениями, включающими словесные элементы.

Пунктом 42 Правил составления заявок на регистрацию товарных знаков, пункта 7.1.2.1 Руководства по регистрации товарных знаков словесные обозначения 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.

Эти признаки учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В рассматриваемом случае словесному товарному знаку «влаваше vlavashe» по свидетельству № 728601 противопоставлены словесное обозначение «shaverma.v.lavashe» и комбинированное обозначение с изобразительным элементом в виде в виде шавермы и со словесным элементом «в лаваше шаверма».

Комиссия отмечает, что с учётом вышеуказанных правил и руководства, нет какого-либо смысла сравнивать словесное обозначение заявителя «влаваше vlavashe» и словесное обозначение ответчика «shaverma.v.lavashe» в части графических признаков. Кроме того, комиссия отмечает потребители могут мысленно «проговаривать» обозначения сторон.

Также комиссия учитывает, что при фактическом использовании словесных обозначений «влаваше vlavashe», «shaverma.v.lavashe» и комбинированного обозначения со словесным элементом «в лаваше шаверма» их шрифт, цвет исполнения не являются элементами, которые определяют их в восприятии потребителей.

С учётом изложенного, комиссия считает, что фонетического сходства между обозначениями сторон в рассматриваемом случае достаточно для выводы о наличии сходства до степени смешения между ними.

Комиссия отмечает, что изображение шавермы в составе комбинированного обозначения со словесным элементом «в лаваше шаверма» является схематичным и не запоминается. Потребитель не будет опознавать кафе ответчика на основании этого изображения.

С учётом изложенного, комиссия не считает, что наличие у обозначения «в лаваше шаверма» изобразительного элемента каким-либо решающим образом влияет на восприятие потребителями обозначений сторон.

Также индивидуальный предприниматель Э. Н.-о. Сафиев неверно трактует содержание справки ФИПС. При этом для комиссии решающим обстоятельством является тот факт, что ответчик не представили в материалы дела доказательств, которые бы свидетельствовали об отсутствии сходства до степени смешения между обозначениями сторон.

1.

1.

3. Комиссия отмечает, что ответчик в целом этим доводом не опровергает её выводы. Вместе с тем комиссия отмечает следующее.

У сайта [www.google.ru](http://www.google.ru) есть сервис «Карты». Посредством этого сервиса неограниченный круг лиц может оставлять свои отзывы относительно своего потребительского опыта. В отношении кафе ответчика, в частности, имеются такие отзывы:

- Пользователь «Аня Шлыкова» (год назад): «Было вкусно. <...>. Скатились. Больше ни ногой». Ответ владельца: «Анна поймите у нас не сетка Так что не по адресу Честно скажите по какому адресу находились»;
- Пользователь «Сергей Орлов» (3 года назад): «Итак , вкратце, по поводу качества еды претензий нет. По поводу обмана и заманухи и о 20% студентам <...> при предъявлении студенческого». Ответ владельца: «Добрый день Сергей вы нас путаете с лаваше»;
- Пользователь «Do What You Want» (2 года назад): «<...> Пришел за бонусной штукой и мне говорят, что фалафель не входит в акцию. <...>». Ответ владельца: «Не по адресу вы нас путаете А мы шаверма в лаваше улица казанская 26/27».

Как уже было отмечено ранее, потребители, которых не удовлетворили потребительские свойства блюд ответчика, потеряли лояльность к сети кафе заявителя, поскольку перепутали кафе сторон. Таким образом, помимо прочего доказан реальный ущерб деловой репутации сети кафе заявителя.

## **5. Выводы о наличии оснований для выдачи предписания по делу**

1. В материалах дела нет доказательств того, что индивидуальный предприниматель Э. Н.-о. Сафиев прекратил использовать обозначения «в лаваше шаверма» и «shaverma.v.lavashe» для индивидуализации услуг своего кафе по адресу: Санкт-Петербург, Казанская улица, дом 26/27.

В этой связи комиссия считает, что выявленный акт недобросовестной конкуренции в настоящее время не прекращён.

На основании подпункта «г» пункта 2 части 1 статьи 23 Закона о защите конкуренции антимонопольный орган вправе выдать хозяйствующим субъектам обязательные для исполнения предписания о прекращении недобросовестной конкуренции.

С учётом изложенного, комиссия считает необходимым выдать индивидуальному предпринимателю Э. Н.-о. Сафиеву предписание о прекращении недобросовестной конкуренции. Согласно предписанию ему надлежит прекратить использовать обозначения «в лаваше шаверма» и «shaverma.v.lavashe» для индивидуализации услуг указанного кафе, в том числе на вывесках и в сети Интернет.

1.

2. Индивидуальный предприниматель П.Е. Крупин в своих пояснениях по делу (вх. № 5824-ЭП/23 от 13.03.2023) просит обязать индивидуального предпринимателя Э. Н.-о. Сафиева прекратить использовать обозначения «в лаваше шаверма» и «shaverma.v.lavashe» любым способом. Также заявитель просит обязать ответчика демонтировать

вывеску, оконную наклейку, устранить все баннеры, наклейки и стикеры, используемые в интерьере помещения, изъять из меню ответчика обозначения, сходные с товарными знаками заявителя, заблокировать профиль [instagram.com/shaverma.v.lavashe/](https://www.instagram.com/shaverma.v.lavashe/) в социальной сети «Instagram».

Изучив доводы индивидуального предпринимателя П.Е. Крупина, комиссия отклоняет их в следующей части.

Комиссия не вправе запрещать ответчику или кому-либо ещё использовать свой профиль в социальной сети «Instagram». Это требования заявителя направлено на устранение с рынка ответчика и никак не направлено на обеспечение добросовестной конкуренции. Кроме того, комиссия сочла необходимым выдать ответчику предписание, согласно которому он обязан прекратить спорные обозначения в сети Интернет.

Федеральный институт промышленной собственности отметил в письме от 9 ноября 2022 года № 41-171165-12 (вх. № 29111/22 от 15.11.2022) отметил, что не проводил оценку сходства до степени смешения между товарными знаками заявителя и обозначениями, указанными в меню ответчика. В меню ответчика словесный элемент «в лаваше» воспринимается в качестве указания на способ приготовления блюда.

Комиссия обращает внимание заявителя, что он не вправе требовать запрета кому-либо готовить блюда в лаваше и сообщать об этом неограниченному кругу лиц.

#### **6. Выводы комиссии по результатам рассмотрения дела**

Изучив материалы дела, заслушав доводы сторон, комиссия приходит к выводу, что индивидуальный предприниматель Э. Н.-о. Сафиев совершил действия, которые содержат все признаки (характеристики) акта недобросовестной конкуренции.

В этой связи комиссия усматривает в действиях индивидуального предпринимателя Э. Н.-о. Сафиева нарушение пункта 1 статьи 14<sup>6</sup> Закона о защите конкуренции. Данное нарушение выразилось в создании смешения путём использования обозначений «в лаваше шаверма», «shaverma.v.lavashe» для индивидуализации услуг своего кафе по адресу: Санкт-Петербург, Казанская улица, дом 26/27. Эти обозначения сходны до степени смешения с товарным знаком по свидетельству № 728601 и использованы незаконно.

Руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1 – 4 статьи 41, статьей 48, частью 1 статьи 49 Федерального закона от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции», комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать в действиях индивидуального предпринимателя Эльмана Наримана-оглы Сафиева (адрес: <...>, ИНН 783803893653, ОГРНИП 321784700129946) нарушение пункта 1 статьи 14<sup>6</sup> Федерального закона от 26 июля 2006 года

№ 135-ФЗ «О защите конкуренции». Данное нарушение выразилось в создании смешения путём использования обозначений «в лаваше шаверма», «shaverma.v.lavashе» для индивидуализации услуг своего кафе по адресу: Санкт-Петербург, Казанская улица, дом 26/27. Эти обозначения сходны до степени смешения с товарным знаком по свидетельству № 728601 и использованы незаконно.

2. Выдать индивидуальному предпринимателю Эльману Нариману-оглы Сафиеву (адрес: <...>, ИНН 783803893653, ОГРНИП 321784700129946) предписание о прекращении недобросовестной конкуренции. Согласно предписанию ему надлежит прекратить использовать обозначения «в лаваше шаверма» и «shaverma.v.lavashе» для индивидуализации услуг кафе, в том числе на вывесках и в сети Интернет.

Председатель

М.Ф. Никитина

Члены

П.С. Величко

О.А. Бегунов

Н.И. Куриленко

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия в арбитражный суд.

Примечание. За невыполнение в установленный срок законного решения антимонопольного органа статьей 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

1Здесь и далее по тексту — Федеральный закон от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

2Тверской районный суд города Москвы своим решением от 21 марта 2022 года по делу № 02-2473/2022 запретил деятельность американской транснациональной холдинговой компании Meta Platforms Inc. по реализации продуктов-социальных сетей «Facebook» и «Instagram» на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

3Руководство 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, утверждённое приказом ФИПС от 20 января 2020 № 12.

4Утверждён приказом ФАС России от 28 апреля 2010 года № 220.

5Дата определена с учётом отзывов на странице

[https://yandex.ru/maps/org/shaverma\\_v\\_lavashe/111622516310](https://yandex.ru/maps/org/shaverma_v_lavashe/111622516310).

6Здесь и далее по тексту — Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утверждённые приказом Минэкономразвития России от 20 июля 2015 года № 482