

## РЕШЕНИЕ

по делу № 4-03/2  
о нарушении антимонопольного законодательства

г. Хабаровск

Резолютивная часть решения оглашена 14 марта 2014 года

В полном объеме решение изготовлено 17 марта 2014 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства рассмотрев в присутствии представителей:

- ООО «Чашка чая»- ;

- ООО «Французская кондитерская» - (по доверенностям)

дело № 4-03/2 о нарушении ООО «Чашка чая» (г. Хабаровск, пер. Байкальский, 4, строение 1) части 2 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции)

### УСТАНОВИЛА:

В Хабаровское УФАС России поступило заявление ООО «Французская кондитерская» (далее – Заявитель) о нарушении антимонопольного законодательства ООО «Чашка чая» (далее – Общество), выраженного в недобросовестном приобретении и использовании исключительных прав на товарный знак, зарегистрированный по свидетельству № 500342.

По мнению Заявителя, дизайн этикетки тортов, производимых ООО «Чашка чая», сходен до степени смешения с дизайном этикетки тортов, выпускаемых ООО «Французская кондитерская». Также, недобросовестная конкуренция выразилась в регистрации товарного знака Обществом тождественного с изображением, используемым Заявителем при выпуске и реализации кондитерских изделий. Действия Общества, направленные на приобретение и использование исключительных прав на товарный знак по свидетельству № 500342 для индивидуализации продукции, выпускаемой ООО «Чашка чая» (торты), являются актом недобросовестной конкуренции, направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добросовестности, разумности, справедливости и могут причинить убытки ООО «Французская кондитерская» и нанести вред его деловой репутации.

В процессе рассмотрения заявления установлено следующее.

Заявитель зарегистрирован 23 июля 2010 года в качестве юридического лица и является хозяйствующим субъектом. Осуществляемыми видами деятельности, в том числе являются: производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения, производство какао, шоколада и сахаристых кондитерских изделий, производство прочих пищевых продуктов, оптовая торговля пищевыми продуктами, включая напитки.

Общество зарегистрировано в качестве юридического лица 29 октября 2009 года, являясь хозяйствующим субъектом, занимается следующими видами деятельности: производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения, производство хлеба и мучных кондитерских изделий длительного хранения, оптовая торговля мучными кондитерскими изделиями, оптовая торговля пищевыми продуктами, включая напитки.

Следовательно, Заявитель и Общество являются хозяйствующими субъектами-конкурентами на товарном рынке Российской Федерации по производству и продаже кондитерских изделий, в том числе тортов.

По запросу Хабаровского УФАС России Заявителем и Обществом представлены документы, анализ которых показал следующее.

1. С января 2011 года Заявитель начал изготавливать кондитерскую продукцию (торты), пройдя лабораторные исследования и анализы, что подтверждается протоколами испытаний от 24.01.2011 года.

26 января 2011 года выдана Декларация о соответствии на торты, в том числе: «Блинный шоколадный», «Монмартр», «Атос», «Портос», «Арамис», «Лион», «Шуазель», «Душистый», «Ностальжи».

С марта 2011 года Заявитель приступил к разработке эскиза этикетки, наносимую на упаковку продукции, представляющую два горизонтально расположенных овала меньшего и большего размеров, соединенных вертикальной полосой. На меньшем овале золотистого цвета слово «Pâtissier», на большом овале черного цвета в золотистом прямоугольнике - слова: «Pâtissier французская кондитерская» ниже слово красного цвета «VIP», ниже слова на золотистом фоне «Мы делаем шедевры».

О разработке дизайна этикетки свидетельствует переписка по электронной почте с ООО «Паркер» и ООО «Омега-Пресс». В качестве доказательства переписки Заявителем представлен Протокол осмотра письменных доказательств «Об осмотре отдельных страниц интернет –сайта для установления факта размещения электронных писем, находящимся в электронном почтовом ящике», удостоверенный нотариусом 17.04.2014 года.

16.03.2011 года заключен договор на изготовление полиграфической продукции (самоклеющейся этикетки) с ООО «Омега-Пресс», 20.05.2011 года – договор с ООО «Паркер».

В торговую сеть кондитерская продукция Заявителя с вышеуказанными наименованиями и этикеткой введена с 01- 02 апреля 2011 года, что подтверждается: счет – фактурами, товарными накладными ИП Пак (НК Сити), ООО «РОСТ» (сеть супермаркетов «Седьмая столица»), ООО «Даль Фитнес» (World

Class).

С момента введения в оборот кондитерской продукции Заявитель использовал на упаковке своей продукции фирменную этикетку (что удостоверяется письмами ИП Пак, ООО «РОСТ», ООО «Даль Фитнес») и предпринимал действия по активному продвижению указанного обозначения, в частности:

в марте 2011 года ООО «А-СПринт» по заказу ООО «Французская кондитерская» изготовил каталог выпускаемой продукции в количестве 30 штук с нанесением на его обложку фирменной этикетки «Patissier, французская кондитерская. Мы делаем шедевры» с последующим распространением его в торговых точках г. Хабаровска;

в журнале «Дорогое удовольствие» № 5 за май 2011 года размещена реклама «С удовольствием примем Вашу заявку по тел. 931-001» с изображением части этикетки - большого овала с надписью «Patissier, французская кондитерская. Мы делаем шедевры».

Таким образом, Заявитель предпринимал различные меры для того, чтобы его продукция (торты) стала известна в гражданском обороте, затрачивал денежные средства на продвижение своего обозначения «Patissier, французская кондитерская. Мы делаем шедевры», размещал рекламу, привлекающую внимание к нему и его изделиям.

2. В соответствии с документами, представленными в управление (вход. от 20.12.2013 № 11503, 30.01.2014 № 5/840) Общество 12 мая 2010 года заключило договор на услуги графического дизайна с гр., которая разработала дизайн - проект этикетки: два горизонтально расположенных овала меньшего и большего размеров, соединенных вертикальной линией. На меньшем овале розовато – бежевого цвета изображена чайная пара и слова «Чашка чая», на большом овале черного цвета в прямоугольнике розово – бежевого цвета – слова темно – розового цвета: «Французская коллекция», ниже слова на том же фоне «Кондитерские шедевры». К договору прилагаются: Приложение № 1 от 12 мая 2010 года, акт выполненных работ от 07.06.2010 года, Приложение к акту выполненных работ от 07.06.2010 года (окончательный вариант макета этикетки).

15 мая 2010 года Общество заключило договор № 02 на поставку самоклеющейся этикетки с ИП Панкратовым. Данный факт подтверждается Приложением № 1 к договору № 02 (заказ), Приложением к договору № 02 (макет этикетки).

В гражданский оборот торты с указанной этикеткой, входящие в коллекцию под названием «Французская коллекция» введены **с августа 2010 года**. В ассортиментный перечень «Французской коллекции» входят торты: «Блинный шоколадный», «Монмартр», «Атос», «Портос», «Арамис», «Лион», «Шуазель», «Душистый», «Ностальжи», «Кокетка».

По факту реализации тортов с указанной этикеткой с данного момента представлены письма: ООО ТД «Новоторг», ООО «Центр кондитерской торговли», ООО «Дистрибьюция – ДВ».

Общество подало заявку в Роспатент на регистрацию товарного знака - этикетки,

28.08.2012 года получило приоритет на него, и 27.08.2013 года товарный знак Роспатентом зарегистрирован.

05 и 20 ноября 2013 года к Заявителю обратилось ООО «Чашка чая» с требованием о прекращении использования этикетки, сходной до степени смешения с товарным знаком, принадлежащем последнему, в связи с тем, что Общество зарегистрировало на него права 29 сентября 2013 года с датой приоритета от 28 августа 2012 года (свидетельство № 500342).

Товарный знак зарегистрирован на следующие классы товаров и услуг:

- 30 изделия кондитерские из сладкого теста, преимущественно с начинкой; торты фруктово-ягодные;
- 35 продвижение товаров 30 класса для третьих лиц.

Таким образом, товарный знак ООО «Чашка чая» зарегистрировало по тем товарам (услугам), которые изготавливал и реализовывал Заявитель, с использованием своей фирменной этикетки.

Для оценки степени сходства используемых в гражданском обороте этикеток Хабаровским УФАС России направлен запрос (исх. от 11.12.2013 № 5/9523) в ГУ «Федеральный институт промышленной собственности Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам» (далее «Роспатент»).

В соответствии с ответом ФГБУ «Федеральный институт промышленной собственности» (вх. № 5/759 от 29.01.2014) комбинированные обозначения, содержащиеся на этикетках ООО «Французская кондитерская», могут быть признаны сходными до степени смешения с комбинированными, обозначениями, содержащимися на этикетках ООО «Чашка чая», за счет сходства цветовых сочетаний, а также в силу сходства изобразительных элементов и сходного композиционного расположения словесных и изобразительных элементов,

В силу части 1 статьи 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.

В соответствии с пунктом 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.

Таким образом, ООО «Чашка чая», приобретя исключительные права на товарный знак, приобрело не только возможность использовать указанное словесное обозначение при производстве товаров народного потребления, но и владеть, и распоряжаться им.

Приобретение Обществом путем регистрации товарного знака по свидетельству

№ 500342 исключительного права на использование комбинированного обозначения по 30 классу МКТУ исключает возможность продолжения свободного использования ООО «Французская кондитерская» данного обозначения при осуществлении деятельности по продвижению и выпуску товара на рынке. Иные лица могут получить право его использования только при получении разрешения от правообладателя ООО «Чашка чая».

При этом Общество обратилось в Арбитражный суд Хабаровского края с исковым заявлением к ООО «Французская кондитерская» о защите исключительных прав на товарный знак путем запрета последнему использовать его этикетку и о взыскании 5 000 000 рублей за незаконное использование товарного знака.

В процессе рассмотрения дела на Комиссии Хабаровского УФАС России представитель ООО «Чашка чая» заявил ходатайство о приостановлении рассмотрения дела до разрешения судебного спора в арбитражном суде, так как суд первой инстанции дал оценку действиям ООО «Чашка чая» в части недобросовестной конкуренции.

Данное ходатайство отклонено по следующим основаниям.

В судебном заседании рассматривается вопрос только о защите исключительных прав на товарный знак, который зарегистрирован надлежащим образом.

При этом судом не анализируется вопрос на предмет получения ООО «Чашка чая» в результате регистрации товарного знака прав владения и распоряжения фирменной этикеткой со всеми вытекающими из указанных прав последствиями для хозяйствующих субъектов – конкурентов.

Фактически судом первой инстанции регистрация товарного знака расценена только как получение ООО «Чашка чая» разрешения на его использование.

В связи с этим, судом в рамках рассмотрения судебного дела № А73-14310/2013, не устанавливались в действиях ООО «Чашка чая» признаки недобросовестной конкуренции.

В частности, не давалась оценка совокупности действий ООО «Чашка чая» по приобретению и использованию исключительных прав на товарный знак по свидетельству № 500342, в том числе направленных на препятствование хозяйствующему субъекту – конкуренту в осуществлении реализации аналогичных товаров с использованием тождественного обозначения, которая началась ранее даты приоритета товарного знака, как имеющих целью получение преимуществ в предпринимательской деятельности и причинение убытков конкуренту.

Заслушав представителей сторон, Комиссия пришла к следующим выводам.

В административный орган Обществом представлена информация, что торты со спорной этикеткой введены в оборот **в августе 2010 года.**

Однако в претензии к Заявителю от 05 ноября 2013 года, в исковом заявлении в Арбитражный суд Хабаровского края Обществом указан период - **апрель 2012 года.**

ФЗ «О техническом регулировании» предусмотрено декларирование соответствия продукции требованиям технических регламентов. Постановлением Правительства РФ от 01.12.2009 № 982 утвержден Единый перечень продукции, подтверждение соответствия которой осуществляется в форме принятия декларации о соответствии. Согласно разделу 9130 «Изделия кондитерские мучные» торты подлежали декларированию.

Таким образом, хозяйствующий субъект вправе вводить в оборот кондитерскую продукцию только после декларирования.

В соответствии с декларациями о соответствии, представленными ООО «Дальневосточная палата – сервис ДВ ТПП» по запросу управления (вход. от 18.02.2014 № 5/1570), Обществом задекларирована кондитерская продукция (торты): 27.10.2010 года и 24.06.2011 года.

Из изложенного следует, что продукция ООО «Чашка чая» не могла быть введена в оборот ранее октября 2010 года.

Среди наименований тортов, определенных в декларациях, тортов с вышеуказанными названиями не имеется.

В декларации о соответствии от 11.04.2012 года названия тортов отсутствуют, указаны только группы тортов. Одна из групп определена как блинная, то есть торт «Блинный шоколадный» появился у Общества только в апреле 2012 года, а не в августе 2010 года, как сообщало Общество.

Информация, представленная обществом о введении в оборот тортов с августа 2010 года, не соответствует действительности и признается недостоверной.

При рассмотрении дела в Арбитражном суде представитель ООО «Чашка чая» отказался в качестве доказательств от:

- Приложения к акту выполненных работ от 07.06.2010 года (окончательный вариант макета этикетки) к договору № 65 на услуги графического дизайна от 12.05.2010 года, заключенного между «» и ООО «Чашка чая»;

- Приложения к договору № 02 от 15.07.2010 года (макет этикетки), которым согласован конкретный эскиз этикетки между ООО «Чашка чая» и ИП Панкратовым

Данный факт запротokolирован, и нашел отражение в решении Арбитражного суда Хабаровского края от 10 февраля 2014 года по делу № А73-14310/2013.

Таким образом, доказательства того, что именно спорная этикетка разработана и отпечатана в 2010 году отсутствуют, не представлено документальных подтверждений введения спорной этикетки в оборот в 2010 году.

Кроме того, представленные обществом письма ООО ТД «Новоторг», ООО «Центр кондитерской торговли», ООО «Дистрибуция – ДВ» в качестве доказательства реализации своей продукции со спорной этикеткой в течение 2010 года, (без приложения документальных свидетельств об ассортименте продукции) не принимаются в качестве доказательств по основаниям:

- в сети Интернет информация об ООО «Чашке чая» размещена на сайте [www.novotorg.ru](http://www.novotorg.ru), на котором «Новоторг» позиционирует себя как группу компаний, расположенных по адресам в г. Хабаровске: ул. Почтовая, 51 (почтовый адрес ООО «Чашка чая», бывшее местонахождение ООО «Дистрибьюция – ДВ» - в настоящий момент ликвидированное), ул. Муравьева Амурского, 23 (местонахождение ООО ТД «Новоторг» и нахождение кафе кондитерской «Чашка чая»), ул. Фрунзе, 47 (почтовый адрес ООО «Центр кондитерской торговли»);

- в сети Интернет на сайте [www.gorod4212.ru](http://www.gorod4212.ru) компания «Новоторг» указывает свои контактные данные по адресу: ул. Фрунзе, 47;

- в соответствии с Выпиской из единого государственного реестра прав на недвижимое имущество и сделок с ним правообладателем административного нежилого здания по адресу: г. Хабаровск, ул. Фрунзе, 47, является «» который является единственным учредителем ООО «Чашка чая».

Из изложенного следует, что данные компании, расположенные по адресам, принадлежащим компании «Новоторг», действуют на рынке кондитерских изделий, объединены общей заинтересованностью, совместными целями и результатами ведения бизнеса по получению прибыли, а значит могут предоставить документы, не соответствующие действительности, и поддерживать недобросовестные действия ООО «Чашка чая».

Также ООО «Французская кондитерская» представлены заявления сотрудников ООО «Чашка чая», работавших в период с июня 2010 года по февраль 2012 года в ООО «Чашка чая», согласно которым кондитерские изделия (торты) со спорной этикеткой в продаже в тот период времени отсутствовали.

К тому же, в соответствии с декларацией по упрощенной системе налогообложения за 2010 год, представленной ООО «Чашка чая» в ИФНС по Индустриальному району г. Хабаровска, сумма доходов Общества составила 401 рубль. Из чего следует, что ООО «Чашка чая» деятельность в 2010 году не осуществляла.

Из вышеизложенного следует, что ООО «Чашка чая», на момент подачи заявки в Роспатент о регистрации товарного знака согласно свидетельству № 500342 в отношении 30 класса МКТУ, было известно о наличии на рынке г. Хабаровска тортов, при маркировке упаковки которого используется определенное обозначение, производимого другим хозяйствующим субъектом, а также о том, что данный товар реализуется и пользуется спросом у потребителей.

Зная о наличии на товарном рынке тортов «Блинный шоколадный», «Монмартр», «Атос», «Портос», «Арамис», «Лион», «Шуазель», «Душистый», «Ностальжи», производимого хозяйствующим субъектом - конкурентом, и воспользовавшись отсутствием регистрации рассматриваемого изобразительного обозначения в качестве товарного знака, ООО «Чашка чая» приобрело исключительные права на товарный знак согласно свидетельству № 500342 для индивидуализации своей продукции с аналогичными названиями.

На этикетке производимой и реализуемой Обществом кондитерской продукции используется графическое решение этикетки, сходное до степени смешения с внешним видом этикетки, ранее введенной в оборот Заявителем, а сам товар

(весь ассортиментный ряд) реализуется компанией на тех же товарных рынках, что и продукция Заявителя.

По композиционному построению, колористическому решению, стилю решения, пропорциональным соотношениям элементов сопоставляемые образцы этикетки сходны по зрительному восприятию до степени смешения для конечного потребителя, то есть имеются в наличии признаки сходства, способные оказывать основное воздействие на потребителя при выборе однородной продукции и вводить его в заблуждение относительно источника ее происхождения.

Также нужно отметить, что угроза смешения внешнего вида этикетки в отношении однородных потребительских товаров и услуг широкого (доступного) потребления усиливается тем, что товары определенного производителя, введенные в оборот ранее других, имеют в сознании потребителей доминирующее значение. Потребитель идентифицирует товары и услуги, в первую очередь, по привычному ему дизайну, внешнему виду, названию и так далее. Как правило, он руководствуется общими впечатлениями (часто нечеткими) о виденном ранее, не имеет возможности непосредственно сравнить дизайн, оформление и проявляет меньшую осмотрительность, чем при выборе других товаров и услуг.

В связи с тем, что деятельность Заявителя рекламировалась, известна широкому кругу лиц, то действия Общества по использованию и регистрации прав на товарный знак направлены на присвоение коммерческого успеха Заявителя, что противоречит обычаям делового оборота в области использования товарных знаков.

Такие действия причиняют убытки Заявителю вследствие сокращения доли доходов на рынке, а также невозможности нормального осуществления предпринимательской деятельности путем изъятия и уничтожения фирменных этикеток, которые введены им задолго до регистрации товарного знака Обществом, необходимости разработки новых этикеток.

Данные действия ООО «Чашка чая» противоречат требованиям добросовестности, разумности, справедливости и могут привести к ущемлению интересов хозяйствующего субъекта - конкурента, возникновению у него убытков в виде упущенной выгоды.

Осуществление гражданских прав ограничено пределами, указанными в пункте 1 статьи 10 ГК РФ. Данной нормой предусмотрено, что не допускаются действия граждан и юридических лиц, осуществляемые исключительно с намерением причинить вред другому лицу, а также злоупотребление правом в иных формах.

Указанные нормы корреспондируют положениям [пунктов 2 и 3](#) статьи 10 bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности (ратифицирована СССР и вступила для него в силу с 01.07.65), актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах. В частности, подлежат запрету все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смешение в отношении предприятия, продуктов или промышленной или торговой деятельности конкурента.

Согласно пункту 9 статьи 4 ФЗ «О защите конкуренции» недобросовестная конкуренция - 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.

Принимая во внимание вышеперечисленное следует, что все признаки недобросовестной конкуренции, указанные в пункте 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции, присутствуют в действиях Общества:

1) направленность на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности над конкурентом выразилась в приобретении ООО «Чашка чая» исключительных прав на указанный товарный знак, то есть Общество получило также права владения и распоряжения указанным обозначением, что подразумевает возможность запретить хозяйствующим субъектам – конкурентам использовать указанное обозначение либо понудить к заключению лицензионного договора; Общество использовало средства индивидуализации продукции, производимой Заявителем, что снизило издержки на продвижение своей продукции;

2) противоречие действующему законодательству, а именно: пункту 1 части 3 статьи 10bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883, запрещающей любые действия, каким бы то ни было образом способные вызвать смешение в отношении продукции хозяйствующих субъектов-конкурентов;

3) способность причинения убытков конкуренту выразилась в том, что Заявитель, вследствие введения Обществом в гражданский оборот кондитерской продукции с аналогичным оформлением упаковки, лишается возможности эффективно реализовывать свой товар, так как данные действия Общества не позволили Заявителю получить то, на что он был вправе рассчитывать при обычных условиях введения в гражданский оборот продукции с использованием принадлежащих ему исключительных прав на средства индивидуализации продукции и их продвижением, что в свою очередь, не может не сказаться на прибыли Заявителя; необходимостью заключения лицензионного договора с ООО «Чашка чая» как правообладателем товарного знака, что предполагает несение дополнительных, ни чем не обоснованных расходов; дополнительные расходы по уничтожению этикеток и разработке новых.

Учитывая изложенное, действия Общества, выразившиеся во введении в гражданский оборот на территории Российской Федерации кондитерской продукции с использованием графического решения фирменного стиля упаковки продукции, сходного до степени смешения с внешним видом упаковки товаров Заявителя, направлены на приобретение необоснованных и противоречащих разумным обычаям делового оборота преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности в результате присвоения части коммерческого успеха конкурента без существенных затрат собственных средств, противоречат законодательству Российской Федерации, причиняют убытки Заявителю и являются актом недобросовестной конкуренции.

Согласно части 2 статьи 14 Закона «О защите конкуренции» не допускается

недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ или услуг.

Таким образом, исходя из установленных обстоятельств дела, имеющихся в деле доказательств, Хабаровское УФАС России приходит к выводу, что указанные действия ООО «Чашка чая», связанные с приобретением и использованием исключительных прав на средства индивидуализации продукции, противоречат обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости, поскольку подобное использование гражданских прав преследует цель ограничения конкуренции, направлены на ограничение использования конкурентом гражданских прав, возникших ранее даты приоритета товарного знака, и связанных с началом использования Заявителем этикетки.

Принимая во внимание упомянутые обстоятельства, и руководствуясь частью 3 статьи 10bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883 года, статьей 4, частью 2 статьи 14, статьей 23, частями 1 и 2 статьи 41, частью 2 статьи 45, статьей 48, статьей 49, статьей 50 Закона о защите конкуренции, Комиссия ФАС России

РЕШИЛА:

Признать действия ООО «Чашка чая», связанные с приобретением и использованием исключительных прав на товарный знак по свидетельству № 500342, актом недобросовестной конкуренции в соответствии с частью 2 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

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