

ООО «САН-ТУР»

ул. Зорге, д. 18, корп. 121,

Москва, 125252

Факс/ +7 (495) 795-30-99

ООО «Вайт Тур»

ул. Б. Московская, д. 61/1,

В. Новгород

Факс/66-33-53

Исходящий № 6045/02 от 23.12.2013

РЕШЕНИЕ

Дело № 87

Великий Новгород

Резолютивная часть решения оглашена 13.12.2013

В полном объеме решение изготовлено 23.12.2013

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области (далее – Новгородское УФАС России, Управление) по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства (далее - Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: Виниченко О.С. – руководитель Управления,

Члены Комиссии:

Пашкова Г.Н. – заместитель руководителя – начальник отдела антимонопольного контроля Управления;

Паньков С.Е. – главный специалист - эксперт отдела антимонопольного контроля Управления,

при участии представителей:

Директор ООО «Вайт Тур» (далее – Ответчик) Бугаева Г.С. присутствовала лично.

от ООО «САН-ТУР» (далее – Заявитель, Общество) представителей не было,

рассмотрев дело № 87 по признакам нарушения ООО «Вайт Тур» части 2 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции),

УСТАНОВИЛА:

В Новгородское УФАС России (далее - Управление) поступило заявление Общества с ограниченной ответственностью «САН-ТУР» (г. Москва) о недобросовестной конкуренции.

Из заявления следует, что ООО «САН-ТУР» является владельцем исключительных прав на комбинированный товарный знак с 04.08.1999, удостоверенный свидетельством №219638, включающий охраняемые словестные обозначения «SUNTOUR» и «САНТУР», а также на словестный товарный знак «SUNTOUR» с датой приоритета – 15.04.2003, удостоверенный свидетельством №257722.

ООО «САН-ТУР» является туроператором, зарегистрированным в Едином федеральном реестре туроператоров и использует свои товарные знаки для индивидуализации себя как субъекта туристического рынка (в фирменном наименовании, в доменных именах) и своих услуг (на фирменных бланках, производственной документации, в коммерческих предложениях, рекламе).

ООО «САН-ТУР» стало известно о существовании в Великом Новгороде Общества с ограниченной ответственностью «Сан Тур», которое использует для индивидуализации себя как субъекта туристического рынка средства индивидуализации, а именно: использует на фирменных бланках, производственной документации, в коммерческих предложениях, информационных сообщениях, рекламе, на сайте в сети Интернет свое фирменное наименование - ООО «Сан Тур», схожее до степени смешения с фирменным наименованием ООО «САН-ТУР»; а также использует на фасаде здания, расположенного по адресу В. Новгород, ул. Б. Московская, д. 61/1 в качестве элемента конструкции наружной рекламы комбинированный товарный знак – «Sun Tour», схожий до степени смешения с комбинированным товарным знаком «SUNTOUR».

ООО «САН-ТУР» полагает, что действия ООО «Сан Тур» противоречат действующему антимонопольному законодательству и являются недобросовестной конкуренцией.

В соответствии с приказом Управления от 18.11.2013 № 313 возбуждено дело № 87 ООО «Вайт Тур» части 2 статьи 14 Закона о защите конкуренции.

На рассмотрение дела о нарушении антимонопольного законодательства ООО «САН-ТУР» представлено письменное ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие своего представителя.

На заседании Комиссии по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства Бугаева Г.С. пояснила, что при регистрации ООО «Сан Тур» в Великом Новгороде, фирменное наименование организации было придумано лично ей и зарегистрировано сходным до смешения с ООО «САН-ТУР»

неумышленно. О существовании ООО «САН-ТУР» в Москве Бугаевой Г.С. не было известно.

На рассмотрении дела Бугаева Г.С. признала в рассматриваемых действиях ООО «Вайт Тур» допущенное нарушение антимонопольного законодательства.

Также Бугаева Г.С. пояснила, что со стороны ООО «Вайт Тур» были совершены действия по добровольному устранению допущенного нарушения, а именно ООО «Сан Тур» было переименовано в ООО «Вайт Тур».

Изучив имеющиеся в деле материалы, заслушав пояснения лиц, участвующих в деле Комиссия полагает следующее.

Учитывая, что Бугаева Г.С. сообщила Комиссии о переименовании ООО «Сан Тур» в ООО «Вайт Тур», а также на основании сведений из ЕГРЮЛ в свободном доступе в сети Интернет Комиссия считает надлежащим ответчиком по настоящему делу ООО «Вайт Тур» - правопреемника ООО «Сан Тур».

Согласно [пункту 4 статьи 54](#) Гражданского кодекса Российской Федерации (часть первая), юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование. Требования к фирменному наименованию устанавливаются настоящим Кодексом и другими законами. Права на фирменное наименование определяются в соответствии с правилами [раздела VII](#) настоящего Кодекса.

Согласно части 1 статьи 1225 «Гражданского кодекса Российской Федерации (часть четвертая)» от 18.12.2006 №230-ФЗ (далее - Гражданский кодекс РФ), результатами интеллектуальной деятельности и приравненными к ним средствами индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которым предоставляется правовая охрана (интеллектуальной собственностью), являются, в том числе фирменные наименования, коммерческие обозначения. Согласно части 2 той же статьи, интеллектуальная собственность охраняется законом.

Согласно части 3 статьи 1250 Гражданского кодекса РФ, отсутствие вины нарушителя не освобождает его от обязанности прекратить нарушение интеллектуальных прав, а также не исключает применение в отношении нарушителя мер, направленных на защиту таких прав.

Согласно части 1 статьи 1473 Гражданского кодекса РФ, юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица. Согласно части 2 той же статьи, фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности.

Согласно части 1 статьи 1474 Гражданского кодекса РФ, юридическому лицу принадлежит исключительное право использования своего фирменного наименования в качестве средства индивидуализации любым не противоречащим

закону способом (исключительное право на фирменное наименование), в том числе путем его указания на вывесках, бланках, в счетах и иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках. Согласно части 3 той же статьи, не допускается использование юридическим лицом фирменного наименования, тождественного фирменному наименованию другого юридического лица или сходного с ним до степени смешения, если указанные юридические лица осуществляют аналогичную деятельность и фирменное наименование второго юридического лица было включено в единый государственный реестр юридических лиц ранее, чем фирменное наименование первого юридического лица.

Согласно части 1 статьи 1538 Гражданского кодекса РФ, юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность (в том числе некоммерческие организации, которым право на осуществление такой деятельности предоставлено в соответствии с законом их учредительными документами), а также индивидуальные предприниматели могут использовать для индивидуализации принадлежащих им торговых, промышленных и других предприятий коммерческие обозначения, не являющиеся фирменными наименованиями и не подлежащие обязательному включению в учредительные документы и единый государственный реестр юридических лиц.

Согласно части 1 статьи 1539 Гражданского кодекса РФ, правообладателю принадлежит исключительное право использования коммерческого обозначения в качестве средства индивидуализации принадлежащего ему предприятия любым не противоречащим закону способом (исключительное право на коммерческое обозначение), в том числе путем указания коммерческого обозначения на вывесках, бланках, в счетах и на иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, если такое обозначение обладает достаточными различительными признаками и его употребление правообладателем для индивидуализации своего предприятия является известным в пределах определенной территории. Согласно части 2 той же статьи, не допускается использование коммерческого обозначения, способного ввести в заблуждение относительно принадлежности предприятия определенному лицу, в частности обозначения, сходного до степени смешения с фирменным наименованием, товарным знаком или защищенным исключительным правом коммерческим обозначением, принадлежащим другому лицу, у которого соответствующее исключительное право возникло ранее.

Согласно части 6 статьи 1252 Гражданского кодекса 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. Владелец такого исключительного права может в порядке, установленном настоящим Кодексом, требовать признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку (знаку обслуживания) либо полного или частичного запрета на использование фирменного наименования или коммерческого обозначения.

Для целей настоящего пункта под частичным запретом на использование

понимается:

в отношении фирменного наименования - запрет на его использование в определенных видах деятельности;

в отношении коммерческого обозначения - запрет на его использование в пределах определенной территории и (или) в определенных видах деятельности.

Согласно пунктам 1 и 2 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о конкуренции) не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации, введение в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей.

Согласно части 2 статьи 14 Закон о конкуренции не допускается недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ или услуг.

По смыслу вышеприведенных нормативных положений актом недобросовестной конкуренции могут быть признаны различные действия противоправного характера. При этом правовое значение имеет не просто сходство тех или иных материальных объектов, используемых в хозяйственной деятельности, а сходство до степени смешения в отношении предприятия (производителя, распространителя товаров), самих товаров и торговой деятельности конкурента. В связи с этим опасным для целей правового регулирования является введение потребителя в заблуждение, возникновение у него неоправданных ассоциаций с конкретным субъектом хозяйственной деятельности и его продукцией на определенном товарном рынке, в условиях конкурентной среды (при сопоставимости товаров по продуктовым и географическим границам определенного товарного рынка, в значимый период времени.

Из представленных ООО «САН-ТУР» сведений следует, что ООО «САН-ТУР» создано в 1999 году.

Из представленных ООО «Вайт Тур» сведений следует, что ООО «Сан Тур» в В. Новгороде создано в 2010 году.

Следовательно, у ООО «САН-ТУР» право на использование средства индивидуализации юридического лица, а именно фирменное наименование и коммерческое обозначение - «САН-ТУР» возникло ранее, чем у ООО «Вайт Тур».

Согласно сведениям из ЕГРЮЛ (выписка от 15.02.2010 №558) о количестве видов экономической деятельности, которыми занимается юридическое лицо, ООО «ВАЙТ ТУР» осуществляет следующие виды деятельности:

1. Основной вид: код ОКВЭД 63.30.1 – организация комплексного туристического обслуживания.

Из вышеизложенных обстоятельств следует, что ООО «Вайт Тур», было создано для осуществления видов деятельности аналогичных видам деятельности ООО «САН-

ТУР» значительно позже, чем ООО «САН-ТУР», при этом использовало коммерческое обозначение «Сан Тур» при осуществлении своей хозяйственной деятельности с извлечением прибыли от такой деятельности.

Кроме того, ООО «Вайт Тур» использовало коммерческое обозначение «Сан Тур» для рекламирования своих услуг в сети «Интернет», а также в СМИ.

ООО «Вайт Тур» не представило каких - либо доказательств правомерного использования коммерческого обозначения «Сан Тур», сходного до степени смешения с коммерческим обозначением «САН-ТУР», принадлежащим ООО «САН-ТУР». Каких - либо доказательств договоренности о совместном использовании коммерческого обозначения «Сан Тур» Заявителем и Ответчиком также не представлено.

ООО «Вайт Тур» имело возможность при выборе фирменного наименования юридического лица зарегистрировать фирменное наименование, не являющееся сходным до степени смешения с фирменным наименованием ранее зарегистрированного юридического лица, а именно ООО «САН-ТУР», которое осуществляет аналогичную деятельность на товарном рынке комплексного туристического обслуживания.

Согласно пункту 4 статьи 4 Закона о защите конкуренция, товарный рынок - сфера обращения товара (в том числе товара иностранного производства), который не может быть заменен другим товаром, или взаимозаменяемых товаров (далее - определенный товар), в границах которой (в том числе географических) исходя из экономической, технической или иной возможности либо целесообразности приобретатель может приобрести товар, и такая возможность либо целесообразность отсутствует за ее пределами.

В соответствии с пунктом 7 статьи 4 Закона о защите конкуренции конкуренция - 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.

Из анализа вышеприведенных норм не следует, что хозяйствующий субъект, который в настоящее время не осуществляет производство товаров (работ, услуг) и их введение в оборот в определенных географических границах, не имеет статуса потенциального конкурента хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность на том же товарном рынке, и возможность соперничества с ними в понимании антимонопольного законодательства.

Как следует из ответа ООО «САН-ТУР» (вх. от 16.09.2013 №7232/э Новгородского УФАС России) одной из приоритетных задач Общества является развитие деятельности в регионах РФ, в том числе, в Новгородской области, как через турагентства, так и непосредственно с местными потребителями. В настоящее время Общество сталкивается с недобросовестной конкуренцией со стороны хозяйствующего субъекта - ООО «Вайт Тур», незаконно использующего средства индивидуализации ООО «САН-ТУР», тем самым затрудняя Обществу доступ на региональный рынок комплексного туристического обслуживания.

Так же из ответа следует, что право использования средств индивидуализации

ООО «САН-ТУР» (комбинированного товарного знака, удостоверенного свидетельством №219638, включающий охраняемые словестные обозначения «SUNTOUR» и «САНТУР» и словестного товарного знака «SUNTOUR», удостоверенного свидетельством №257722) может быть предоставлено желающим на основании лицензионного соглашения, однако такое соглашение у Общества с Ответчиком отсутствует. ООО «САН-ТУР» оценивает размер платы за использование своих средств индивидуализации в 1000 евро в месяц.

Оценив соответствующие временной интервал (период 2010-2013 годы), продуктовые и географические границы обращения товаров (работ, услуг), следует сделать вывод о том, что ООО «САН-ТУР» и ООО «Вайт Тур» являются потенциальными конкурентами на товарных рынках Российской Федерации, в том числе на товарном рынке в сфере комплексного туристического обслуживания.

Учитывая вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что в результате рассматриваемых действий Ответчика ООО «САН-ТУР», как потенциальному конкуренту могут быть причинены убытки, выразившиеся в упущенной выгоде, поскольку ООО «Вайт Тур» использует средства индивидуализации ООО «САН-ТУР» безвозмездно.

В соответствии с частью 2 статьи 15 Гражданского кодекса РФ (часть 1) под убытками понимаются расходы, которые лицо, чье право нарушено, произвело или должно будет произвести для восстановления нарушенного права, утрата или повреждение его имущества (реальный ущерб), а также неполученные доходы, которые это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено (упущенная выгода).

То есть, в силу части 2 статьи 15 Гражданского кодекса РФ (часть 1) упущенная выгода является убытком.

Кроме того, потенциальные клиенты из Новгородской области, имеющие намерение получить услуги от ООО «САН-ТУР», то есть с организацией, имеющей значительный опыт работы (с 2003 года) и хорошую деловую репутацию, могут ошибочно получить услуги от ООО «Вайт Тур», использовавшим сходное до степени смешения фирменное наименование и использующего средства индивидуализации своего потенциального конкурента - ООО «САН-ТУР», что также может причинить убытки, выразившиеся в упущенной выгоде ООО «САН-ТУР».

В российском законодательстве термин "коммерческое обозначение" появился с принятием 22 декабря 1995 г. и введением в ГК РФ, где наряду с фирменным наименованием указано коммерческое обозначение. Само понятие коммерческого обозначения не было нигде раскрыто, что не могло не породить в литературе массу предположений относительно его содержания. Коммерческие обозначения и товарные знаки (в том числе и общеизвестные) - это самостоятельные объекты исключительных прав, различные средства индивидуализации с различными функциями (в первом случае - для индивидуализации предприятий, во втором - товаров (услуг), подпадающие под различные режимы охраны. Для индивидуализации юридического лица законодатель определил фирменное наименование, которое в этой функции совпадает с собственно наименованием юридического лица, а для индивидуализации предприятия как объекта права - коммерческое обозначение, которое в этой функции замещает фирменное наименование. Основная

особенность коммерческих обозначений заключается в том, что они по общему правилу не подлежат регистрации и территориальная сфера их действия ограничена местом нахождения торгового предприятия, т.е. они имеют локальный характер, дополнительное к фирменному наименованию значение. Положение о необязательном включении коммерческого обозначения в учредительные документы и Единый государственный реестр юридических лиц сформулировано в императивной форме, т.е. оно исключает появление коммерческого обозначения в указанных документах и реестре. Вместе с тем это положение ставит вопрос перед собственниками предприятий о необходимости какой-либо иной формы подтверждения принадлежности им коммерческого обозначения.

Следует учитывать, что коммерческое изображение, наряду с иными объектами исключительного права (товарный знак и др.), является основным инструментом, обеспечивающим узнаваемость бизнеса, с его помощью происходит формирование устойчивых покупательских предпочтений.

Коммерческое обозначение может быть словесным, изобразительным или комбинированным.

Согласно [пункту 16](#) информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 13.12.2007 № 122 «Обзор практики рассмотрения арбитражными судами дел, связанных с применением законодательства об интеллектуальной собственности», в силу [Положения](#) о фирме, утвержденного [Постановлением](#) ЦИК СССР и СНК СССР от 22.06.1927 и действующего в части, не противоречащей Гражданскому кодексу Российской Федерации, неправомерным является использование не только тождественного, но и сходного фирменного наименования третьими лицами.

Специальная процедура регистрации фирменного наименования не разработана. В части, не противоречащей Гражданскому кодексу Российской Федерации, действует [Положение](#) о фирме, утвержденное [Постановлением](#) ЦИК СССР и СНК СССР от 22.06.1927, согласно [пункту 10](#) которого фирменное наименование не подлежит особой регистрации, независимо от регистрации юридического лица. При этом право на него возникает с момента фактического начала пользования им. Следовательно, в настоящее время фирменное наименование считается зарегистрированным с момента регистрации самого юридического лица.

Для принятия решения о наличии либо отсутствии признаков нарушения антимонопольного законодательства в действиях ООО «Вайт Тур» Управлением направлен в Роспатент запрос о проведении исследований, связанных с правовой охраной и защитой средств индивидуализации и результатов интеллектуальной деятельности и предоставлении справки о результатах оценки степени сходства используемых в гражданском обороте обозначений с охраняемыми средствами индивидуализации юридического лица.

В своем запросе Управление просило дать заключение о степени сходства:

а) Фирменного наименования «САН-ТУР», принадлежащего и используемого ООО «САН-ТУР» и фирменного наименования «Сан Тур», принадлежащего и используемого ООО «Сан Тур».

б) Двух коммерческих обозначений:

- зарегистрированного товарного знака - «САНТУР»/«SUNTOUR», принадлежащего и используемого ООО «САН-ТУР» в фирменном наименовании, в доменных именах, для изображения на наружных рекламных вывесках (конструкциях) по оформлению, расположению графических элементов данных наружных рекламных вывесок (конструкциях).

- надпись «Сан Тур», представляющая собой элемент наружной рекламы принадлежащей и используемой ООО «Сан Тур» в фирменном наименовании, в доменных именах, для изображения на наружных рекламных вывесках (конструкциях) по оформлению, расположению графических элементов данных наружных рекламных вывесок (конструкциях).

Из ответа Роспатента (вх. от 04.10.2013 № 7824 Новгородского УФАС России) следует, что оценка степени сходства обозначений, используемых в гражданском обороте на территории Российской Федерации, осуществляется с учетом подходов, изложенных в пункте 14.4.2. Правил составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденных приказом Роспатента от 5 марта 2003 года № 32, применяемых при экспертизе обозначений, заявленных на государственную регистрацию в качестве товарного знака. А именно, сделаны следующие заключения.

1. По результатам сравнительного анализа, проведенного в отношении обозначений «Сан Тур» и «САН-ТУР», сделан вывод о том, что они являются сходными до степени смешения, поскольку ассоциируются друг с другом в целом в силу их фонетического / семантического тождества и графического сходства общих словестных элементов.

Согласно части 6 статьи 1252 Гражданского кодекса 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. Владелец такого исключительного права может в порядке, установленном настоящим Кодексом, требовать признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку (знаку обслуживания) либо полного или частичного запрета на использование фирменного наименования или коммерческого обозначения.

Материалами дела подтвержден факт использования ООО «САН-ТУР» в 1999-2013 годах коммерческого обозначения в виде словосочетания «САНТУР».

ООО «Сан Тур» было создано и начало осуществлять деятельность позже, чем ООО «САН-ТУР», следовательно ООО «Вайт Тур», использует коммерческое обозначение «Сан Тур» с 2010 года. Таким образом, в силу положений части 6 статьи 1252 Гражданского кодекса РФ преимущество имеет средство индивидуализации ООО «САН-ТУР», исключительное право на которое возникло ранее, чем у ООО «Вайт Тур». Следовательно, в силу части 3 статьи 1474 Гражданского кодекса РФ ООО «Сан Тур» не имело права использовать коммерческое обозначение «Сан Тур» сходное до степени смешения с коммерческим обозначением ООО «САН-ТУР», при том, что ООО «САН-ТУР» и ООО «Вайт Тур» осуществляют аналогичную деятельность на одних и тех же товарных

рынках.

Факт того, что со стороны ООО «Вайт Тур» были совершены действия по добровольному устранению допущенного нарушения, а именно ООО «Сан Тур» было переименовано в ООО «Вайт Тур» Комиссия расценивает как частичное устранение нарушения по незаконному использованию средства индивидуализации, а именно фирменного наименования ООО «Сан Тур» схожего до степени смешения с фирменным наименованием ООО «САН-ТУР».

Однако, ООО «Вайт Тур» не представлено каких - либо доказательств того, что оно больше не использует на фасаде здания, расположенного по адресу В. Новгород, ул. Б. Московская, д. 61/1 в качестве элемента конструкции наружной рекламы комбинированный товарный знак – «Sun Tour», схожий до степени смешения с комбинированным товарным знаком «SUNTOUR».

Кроме того, ООО «Вайт Тур» не прекращена реклама ООО «Сан Тур» на сайте по адресу <http://comready.ru/company/6553428>.

Таким образом, использование хозяйствующим субъектом в нарушение законодательства РФ, обычаев делового оборота, требований добропорядочности, разумности и справедливости не принадлежащего ему коммерческого обозначения в целях получения преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, что могло причинить убытки хозяйствующему субъекту – конкуренту либо могло нанести вред его деловой репутации, в силу пункта 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции является признаками недобросовестной конкуренции.

В соответствии с частью 2 статьи 14 Закона о защите конкуренции не допускается недобросовестная конкуренция, связанная с использованием исключительного права на средства индивидуализации работ или услуг.

В соответствии со статьей 10.bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883 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.

Учитывая вышеизложенное, квалифицирующие признаки недобросовестной конкуренции, указанные в пункте 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции, присутствуют в рассматриваемых действиях Ответчика, а именно:

1. Направленность на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности над потенциальным конкурентом выразилась в привлечении новых покупателей товаров (работ, услуг) без затрат на их продвижение в связи с приобретением и использованием исключительных прав на фирменное наименование Ответчика, сходного до степени смешения с фирменным наименованием Заявителя, успешно работающего на рынке комплексного туристического обслуживания с 2003 года;

2. Рассматриваемые действия Ответчика противоречат требованиям гражданского законодательства РФ, в частности пункта 6 статьи 1252, пунктов 3, 4

статьи 1474 Гражданского кодекса РФ, а также пункту 1 части 3 статьи 10.bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883, запрещающему все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смешение в отношении предприятия, продуктов или промышленной или торговой деятельности конкурента;

3. Способность причинения убытков конкуренту, которая выразилась в том, что в результате введения Ответчиком в оборот комплексного туристического обслуживания (услуг, работ) на рассматриваемом товарном рынке с использованием средства индивидуализации юридического лица, сходного до степени смешения со средством индивидуализации юридического лица Заявителя, последний лишается возможности эффективно реализовывать свои услуги комплексного туристического обслуживания путем потери потенциальных клиентов, что в свою очередь не может не сказаться на его прибыли, а также может повлечь перераспределение спроса на региональном товарном рынке комплексного туристического обслуживания в данном случае в Новгородской области.

На основании вышеизложенного Комиссия пришла к обоснованному выводу, что действия ООО «Вайт Тур», выраженные в приобретении и использовании исключительного права на средство индивидуализации юридического лица, а именно фирменного наименования ООО «Сан Тур», схожего до степени смешения с фирменным наименованием его конкурента - ООО «САН-ТУР», а также в незаконном использовании комбинированного товарного знака, удостоверенного свидетельством №219638, включающий охраняемые словестные обозначения «SUNTOUR» и «САНТУР» и словестного товарного знака «SUNTOUR», удостоверенного свидетельством №257722, являются актом недобросовестной конкуренции и противоречат части 2 статьи 14 Закона о защите конкуренции.

Руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1 – 4 статьи 41, частью 1 статьи 49 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать действия ООО «Вайт Тур» на товарном рынке оказания туристических услуг, связанные с приобретением и использованием до своего переименования исключительных прав на средство индивидуализации юридического лица, а именно фирменного наименования ООО «Сан Тур», схожего до степени смешения с фирменным наименованием его конкурента - ООО «САН-ТУР», актом недобросовестной конкуренции, противоречащим части 2 статьи 14 Федерального закона от 26.07.06 №135-ФЗ «О защите конкуренции».
2. Выдать ООО «Вайт Тур» предписание о прекращении недобросовестной конкуренции и с этой целью прекратить использование исключительного права на средство индивидуализации юридического лица, путем демонтажа с фасада здания, расположенного по адресу В. Новгород, ул. Б. Московская, д. 61/1, элемента конструкции наружной рекламы комбинированного товарного знака – «Sun Tour», схожего до степени смешения с комбинированным товарным знаком «SUNTOUR», а также прекращения рекламирования данного товарного знака в сети Интернет на сайте по адресу <http://comready.ru/company/6553428>, при осуществлении видов

деятельности, аналогичных видам деятельности, осуществляемых ООО «САН-ТУР».

Председатель Комиссии

О.С. Виниченко

Члены Комиссии

Г.Н. Пашкова

С.Е. Паньков

Решение может быть обжаловано в течении трёх месяцев со дня его принятия.