ИП <…>

<…>

РЕШЕНИЕ

по делу № 02-09/14А

о нарушении антимонопольного законодательства

г. Якутск резолютивная часть оглашена «24» марта 2014 г.

изготовлено в полном объеме «07» апреля 2014 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства (далее – Комиссия) в составе:

О.А. Ярыгина – заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия), председатель Комиссии;

Члены Комиссии:

Н.С. Дураева – заместитель начальника отдела антимонопольного контроля Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия).

Т.П. Анквич – главный специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия).

И.А. Лаврентьев - главный специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля, Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия),

рассмотрев в присутствии индивидуального предпринимателя <...>, представляющего также <...> (доверенность от 01.10.2013), извещенную о дате, времени и месте рассмотрения дела надлежащим образом, дело № 02-09/14А по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем <...>(<…>) пункта 4 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции),

У С Т А Н О В И Л А:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) была проведена внеплановая документарная и выездная проверка Индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП <...>), адрес места регистрации: Республика Саха (Якутия), <…>.

Адрес места проведения проверки: торговый центр, <…>.

Основным видом экономической деятельности ИП <...> является, в том числе прочая розничная торговля в неспециализированных магазинах (ОКВЭД 52.12).

Торговый объект ИП <...> расположен по адресу: <…>.

В ходе проведения внеплановой выездной и документарной проверки произведен осмотр территории, прилегающей непосредственно к помещению магазина, расположенного по адресу <…>, а также фасада указанного магазина. По результатам осмотра 28 февраля 2014 г. главными специалистами - экспертами отдела антимонопольного контроля Якутского УФАС России Т.П. Анквич, И.А. Лаврентьевым в присутствии понятых составлен протокол осмотра территорий, помещений, документов и предметов проверяемого лица, в котором зафиксирован факт наличия на фасаде здания, расположенного по адресу ул. Пояркова, 20, г. Якутск, вдоль ул. Пояркова вывески белыми латинскими буквами на черном фоне «MANGO» 3 этаж, а также установлено, что над помещением магазина, расположенного по адресу <...>, в котором ИП <...> реализует одежду, в том числе на ярлыках которой указано «MANGO», «MNG», расположены обозначения «MANGO», «MNG» в качестве вывески.

На заседании Комиссии Якутского УФАС России 24.03.2014 ответчик высказал возражения против утверждения того, что надписи «MANGO», «MNG», расположенные над входом в магазин по адресу: <...> являются названием магазина (вывеской), указал, что названием магазина является «Люди в новом». Ответчик пояснил Комиссии, что 10.08.2011 между <...> и ООО «АМГ-Групп» (ОГРН 1095249007402, ИНН 52449104310) заключен договор аренды нежилого помещения общей площадью 114,7 кв. м., находящегося по адресу: ул. Пояркова, 20, 3 этаж, помещение № 3 «Е2», г. Якутск, по утверждению ответчика вывеску MANGO», «MNG», разместили последние.

ООО «АМГ-Групп» письмом от 23.08.2011 попросило считать договор расторгнутым,

однако вывеска не была снята. Ответчик пояснил, что пользуется данным помещением в целях реализации одежды фирмы «MANGO», «MNG», также представил товарную накладную на поставку товара по договору с ООО «Манго Раша».

Комиссия Якутского УФАС России по рассмотрению дела № 02-09/14А о нарушении антимонопольного законодательства, изучив документы, имеющиеся в материалах дела заслушав Ответчика, приходит к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 1 статьи 9 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы. Продавец (исполнитель) размещает указанную информацию на вывеске.

В соответствии с приведенными нормами размещение в месте нахождения организации ее наименования служит целям идентификации данной организации для потребителя.

Следовательно, размещение в месте осуществления деятельности организации коммерческого обозначения, применяемого хозяйствующим субъектом для идентификации места осуществления своей деятельности может быть признано обычаем делового оборота.

Таким образом, размещенные непосредственно над входом в магазин, расположенный по адресу <...>, надписи «MANGO», «MNG» воспринимаются потребителями как вывеска указанного магазина.

Ип <...> арендует помещение у г-ки <...>по договору безвозмездного пользования нежилым помещением от 03 января 2014 года. Срок действия договора с 03.01.2014г. по 31.12.2014г. В Акте-приема передачи нежилого помещения от 03.01.2014г. передаваемого в безвозмездное пользование указано, что помещение общей площадью 102 кв.м. передается для использования под магазин «Люди в Новом».

В материалы также представлен договор №1 аренды нежилого помещения от 01 августа 2011г. по которому г-н <...> в качестве арендодателя передает в аренду ООО «АМГ-Групп» вышеуказанное помещение. Акт приема-передачи от 10.08.2011г. не указано название магазина. Письмом от 12.08.2011г. ООО «АМГ-Групп» просит разместить вывески магазина на фасаде и внутри здания.

23.08.2011г. договор расторгается. 25.08.2011г. <...> в адрес директора ООО «АМГ-групп» пишет требование о демонтировать вывески MANGO, MNG. 01.09.2011г. ООО «АМГ-групп» пишет <...> что обязуются демонтировать вывеску до 07.09.2011год.

11.07.2012 года <...> еще раз направляет письмо с просьбой демонтировать вывеску.

28.02.2014г. проведена внеплановая проверка проведена Якутского УФАС России.

Из представленной переписки Комиссия приходит к следующим выводам.

Какие именно вывески просило ООО «АМГ–групп» не указано, при этом в акте-приема передачи помещения также не указано название магазина. При этом переписка не содержит отметок о получении адресатом отправителя.

На момент проведения проверки 28.02.2014. собственником помещения по договору безвозмездного пользования нежилым помещением от 03 января 2014 года является <...>. При этом ни одним документом не зафиксировано наличие либо отсутствие передачи вывесок принадлежащих третьему лицу арендодателем (<...>) арендатору (<...>) помещения.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу, что для рассмотрения настоящего дела не имеет значения кто именно является собственником вывесок MNG MANGO. Поскольку ИП <...> пользуется указанными вывесками. При этом существенное значение имеет то, что ИП <...> реализует продукцию под маркой MANGO что подтверждается имеющимися в материалах дела товарными накладными. Следовательно, в его интересах реализация указанного товара под аналогичной вывеской магазина. Кроме того, Комиссия считает, что все разумные сроки для демонтажа прошли (более 3 лет). Во всяком случае (по обычаям делового оборота) собственник помещения мог за свой счет демонтировать вывески и выставить счет ООО «АМГ-Групп» за демонтаж, либо обратиться в суд с требованием однако он этого не сделал поскольку в интересах <...> реализующего продукцию MANGO было использование вывесок под названием магазина, для привлечения клиентов.

Права на международные товарные знаки «MANGO» (по международной регистрации № 613600), «MNG» (по международной регистрации № 653478) зарегистрировала компания CONSOLIDATED ARTISTS B.V., с местонахождением в Голландии по юридическому адресу s Lijnbaan 68, 3012 EP Rotterdam, предметом деятельности которой является оптовая и розничная продажа одежды и аксессуаров, в частности, товаров под торговыми марками «MANGO», «MNG».

Компания CONSOLIDATED ARTISTS B.V. зарегистрировала товарные знаки «MANGO» (для групп 03, 09, 14, 18 и 25) и «MNG» (для групп 03, 09, 14, 18 и 25) по правилам международной регистрации товарных знаков, осуществляемой на основании Мадридского соглашения о международной регистрации знаков от 14 апреля 1891 г., участником которого является Российская Федерация.

Индивидуальный предприниматель <...>и Компания CONSOLIDATED ARTISTS B.V. осуществляют коммерческую деятельность на одном и том же товарном рынке, а именно на рынке торговли одеждой, в частности, одеждой, на ярлыках которой размещаются надписи «MANGO», «MNG», таким образом, по смыслу пункта 7 статьи 4 Закона о защите конкуренции являются хозяйствующими субъектами - конкурентами. Данный факт подтверждается протоколом осмотра от 28 февраля 2014 г., а так же другими материалами дела № 02-09/14А о нарушении антимонопольного законодательства. При этом Индивидуальный предприниматель <...>используют обозначения, сходное до степени смешения с товарными знаками «MANGO» (для групп 03, 09, 14, 18, 25) и «MNG» (для групп 03,09, 14, 18 и 25), принадлежащими Компании CONSOLIDATED ARTISTS B.V..

Для принятия решения о наличии либо отсутствии в действиях Ответчика признаков недобросовестной конкуренции, Якутское УФАС России в соответствии с пунктом 3.3 Соглашения о взаимодействии ФАС России и Федеральной службы по

интеллектуальной собственности (Роспатент) от 09.04.2010 запросило у Роспатента следующие сведения о степени сходства обозначений, используемых Ответчиком на фасаде помещения магазина в качестве названия магазина с товарными знаками по международным регистрациям № 613600 («MANGO» - обозначение 1, выполненное буквами латинского алфавита белого цвета на фоне темной полосы), № 653478 («MNG» - обозначение 2, сочетание букв латинского алфавита темного цвета на фоне белого прямоугольника). Из справки, подготовленной специалистами Роспатента и представленной в качестве приложения к письму Роспатента от 20.03.2014 № 03/24-3339/41, следует, что в результате проведенного исследования установлено следующее:

- услуги магазина ИП <...> связаны с товарами – «одежда», «одежда для женщин, мужчин и детей», в отношении которых представлена правовая охрана на территории Российской Федерации товарным знакам по международным регистрациям № 6136020 («MANGO») и № 653478 («MNG»), содержащимся в 25 классе товаров Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков. В этой связи услуги, в отношении которых использованы обозначения 1, 2, могут быть признаны однородными товарами - «одежда», «одежда для женщин, мужчин и детей», содержащимися в указанных международных регистрациях.

- в отношении словесного товарного знака «MANGO» по международной регистрации № 613600, установлено, что представленное обозначение 1 является сходным до степени смешения с указанным словесным товарным знаком, поскольку ассоциируется с ним в целом в силу графического сходства и фонетического/семантического тождества общих словесных элементов «MANGO».

- в отношении товарного знака по международной регистрации № 653478, включающего сочетание заглавных букв латинского алфавита «MNG», установлено, что представленное обозначение 2 является сходным до степени смешения с указанным словесным товарным знаком, поскольку ассоциируется с ним в целом в силу графического сходства сочетаний букв и их композиционного расположения.

Как следует из информации, размещенной на официальном сайте (http://mango.com/RU/mango) MANGO – MANGO это международная компания по производству, разработке и продаже одежды и аксессуаров. Компанией разработана и применяется во всех странах, где присутствует бренд, единая концепция развития, основанная на взаимосвязи между собственной разработкой продукта, его качеством и имиджем единой марки MANGO, включая собственную систему логистики, размеры торговых залов, оформление витрин, форменную одежду и обучение персонала, кодекс корпоративной этики в целях создания во всех торговых точках MANGO одинаковой атмосферы, высокого уровня обслуживания клиентов, а также единый стиль управления.

Система коммерческой концессии (франчайзинга) MANGO предлагает полный спектр услуг, охватывающих все аспекты маркетинга продукции и управления франшизой для всех стран ЕС, столиц и городов всего мира (так называемый «бизнес под ключ»), включая мониторинг тенденций моды, управление товаром в магазине, предоставляя полные, разнообразные и комбинируемые коллекции, регулярное обновлении витрин, а также консультационные услуги по управлению, экспозиции и продажам от профессионалов непосредственно в самой точке продажи.

В ходе проведения проверки ИП <...> Якутским УФАС России сделаны запросы информации с целью установления правообладателя товарных знаков «MANGO», «MNG», в результате установлено следующее. В структуру международного холдинга PUNTO FA, S.L. (Испания, Барселона) входит компания CONSOLIDATED ARTISTS B.V. (Голландия, Роттердам), которая является правообладателем товарных знаков «MANGO», «MNG». Как следует из ответа CONSOLIDATED ARTISTS B.V. правом использования товарных знаков «MANGO», «MNG» на территории Российской Федерации обладает Общество с ограниченной ответственностью «МАНГО Раша», также входит в структуру международного холдинга PUNTO FA, S.L. (ОГРН 1077847140690, ИНН 7810092757, Москва, пер. Кисловский Нижний, д. 5, стр. 1) (далее – ООО «МАНГО Раша, общество). В соответствии с условиями договора, заключенного 07.01.2008 компанией PUNTO FA, S.L. (далее – компания) и ООО «МАНГО Раша», общество получает право управлять реализацией товаров, поставленных компанией, только в торговых точках, официально утвержденных компанией, а также согласовывать с компанией открытие каждого нового магазина MANGO, предоставляя информацию о его местоположении и площади, проект оформления любого магазина MANGO всегда подготавливается компанией и включает в себя как торговые, так и складские помещения магазина, общество производит оформление магазинов MANGO на основе модели внешнего вида «MANGO look», разработанного компанией.

ООО «МАНГО Раша» обязуется использовать только торговые знаки компании во всех магазинах MANGO. Соответствующие условия указанного договора означают положительно выраженное предоставление компанией права использования торгового знака обществом в течение срока действия договора.

Комиссией установлено, что ИП <...> использует товарные знаки «MANGO», «MNG» без договоров на право их использования с правообладателем, в перечень торговых точек, официально утвержденных компанией, магазин, расположенный по адресу: <...> не включен.

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.

Согласно пункту 1 статьи 1484 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее - Гражданский кодекс) лицу, на имя которого зарегистрирован товарный знак (правообладателю), принадлежит исключительное право использования товарного знака в соответствии со статьей 1229 Кодекса любым не противоречащим закону способом (исключительное право на товарный знак).

В силу пункта 3 статьи 1484 Гражданского кодекса 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.

Согласно пункту 7 статьи 1252 Гражданского кодекса в случаях, когда нарушение исключительного права на результат интеллектуальной деятельности или на

средство индивидуализации признано в установленном порядке недобросовестной конкуренцией, защита нарушенного исключительного права может осуществляться как способами, предусмотренными Кодексом, так и в соответствии с антимонопольным законодательством.

В соответствии с пунктом 9 статьи 4 Закона 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.

Пунктом 16.1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 17.02.2011 № 11 «О некоторых вопросах применения Особенной части Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» разъяснено, что в статье 14 Закона о защите конкуренции приведен открытый перечень действий, являющихся недобросовестной конкуренцией, при анализе вопроса о том, является ли конкретное совершенное лицом действие актом недобросовестной конкуренции, подлежат учету не только указанные законоположения, но и положения статьи 10.bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности, в силу которых актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах.

Исходя из вышеизложенного, все признаки недобросовестной конкуренции, указанные в пункте 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции, присутствуют в действиях Ответчика:

1) используя для обозначения своего магазина, расположенного по адресу: <...>, вывески «MANGO», «MNG», ИП <...> реализуя в данном магазине одежду, на ярлыках которой указано «MANGO», «MNG», а также одежду иных производителей (марок) получает преимущества при осуществлении предпринимательской деятельности перед другими магазинами и предпринимателями, которые не используют в названии своих торговых точек бренд известного производителя;

2) противоречие действующему законодательству, а именно пункту 1 части 3 статьи 10bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883, пункту 3 статьи 1484 Гражданского кодекса Российской Федерации;

3) противоречие обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости выразилось в том, что Ответчик использует в своей предпринимательской деятельности вывески «MANGO», «MNG», которые способны ввести потребителя в заблуждение, вызвать возникновение смешения разных субъектов предпринимательской деятельности;

4) товарные знаки «MANGO», «MNG» наряду с единой концепция развития бренда MANGO, его качеством и имиджем является частью

фирменного стиля международного холдинга PUNTO FA, S.L. Использование Ответчиком в качестве названия магазина обозначений, сходных до степени смешения с товарными знаками «MANGO» (для групп 03, 09, 14, 18 и 25) и «MNG» (для групп 03,09, 14, 18 и 25), в отсутствии в данном магазине фирменного стиля «MANGO look», подготовленного определенным образом персонала, обслуживания клиентов магазина в соответствии с требованиями корпоративного кодекса этики MANGO, регулярного обновления витрин может дискредитировать бренд MANGO в глазах потребителей, в следствие чего может нанести вред деловой репутации названного холдинга;

5) использование ИП <...> для обозначения своего магазина, расположенного по адресу: <...>, вывески «MANGO», «MNG» вне предлагаемой холдингом системы франчайзинга, либо без заключения лицензионного договора о предоставлении права использования товарного знака (статья 1489 Гражданского кодекса), может причинить убытки холдингу PUNTO FA в размере сумм возмещения по системе франчайзинга, либо по лицензионному договору о предоставлении права использования товарного знака.

На основании вышеизложенного Комиссия по рассмотрению дела приходит к выводу, что Индивидуальный предприниматель <...>осуществляет предпринимательскую деятельность с незаконным использованием обозначений, сходных до степени смешения с товарными знаками «MANGO» (по международной регистрации № 613600), «MNG» (по международной регистрации № 653478), принадлежащими компании CONSOLIDATED ARTISTS B.V.

Таким образом, Комиссия Якутского УФАС России в ходе рассмотрения дела, руководствуясь пунктом 3 части 1 статьи 49 Закона о защите конкуренции, переквалифицировала действия ИП <...> на нарушение пункта 2 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

В соответствии с частью 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.

Принимая во внимание упомянутые обстоятельства, и руководствуясь статьей 10bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883, пунктом 3 статьи 1484 Гражданского кодекса Российской Федерации, статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1 - 4 статьи 41, частью 1 статьи 49 Закона «О защите конкуренции», Комиссия Якутского УФАС России

Р Е Ш И Л А:

1. Признать действия Индивидуального предпринимателя <...>, связанные с осуществлением предпринимательской деятельности с незаконным использованием обозначений, сходных до степени смешения с товарными знаками «MANGO» (по международной регистрации № 613600), «MNG» (по международной регистрации № 653478), принадлежащими компании CONSOLIDATED ARTISTS B.V.,

актом недобросовестной конкуренции в соответствии с частью 2 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

2. Выдать Индивидуальному предпринимателю <…предписание о прекращении нарушения антимонопольного законодательства.

3. Передать материалы настоящего дела должностному лицу Якутского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.33 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председательствующий: О.А. Ярыгина

члены Комиссии: Н.С. Дураева

Т.П. Анквич

И.А. Лаврентьев