

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 054/01/14.6-1884/2022

«05» июля 2023 г.

г. Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения антимонопольного законодательства в составе:

...

рассмотрев дело № 054/01/14.6-1884/2022, возбужденное по признакам нарушения ИП Егоровым С.Ю. <...> ст. 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», выразившегося в использовании в предпринимательской деятельности фирменного стиля, элементов оформления, а также обозначения, сходного до степени смешения с товарными знаками заявителя – ООО «Эста»,

в присутствии:

....

### УСТАНОВИЛА:

В адрес Новосибирского УФАС России поступило заявление ООО «Эста» (вх. № 12562/22 от 18.08.22) по факту нарушения ИП Егоровым С.Ю. антимонопольного законодательства при осуществлении предпринимательской деятельности, выразившегося в использовании в своей предпринимательской деятельности фирменного стиля, элементов оформления, а также обозначения, сходного до степени смешения с товарными знаками заявителя.

Как указывает заявитель, ООО «Эста» является владельцем сетью кафе на территории России под брендом «33 пингвина». Компания является правообладателем серии товарных знаков под общим элементом «33 пингвина», под номерами: 364053, 549138, 644339, 802485, 549137.

29.04.2013 г. между ООО «Эста» и ООО «Интеропт» был заключен лицензионный договор №29/04/13-1ЛД, согласно которому ООО «Эста» предоставляет ООО «Интеропт» право использования товарного знака «33 пингвина», зарегистрированного в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания 28.07.2015 г. за №549137, с приоритетом от 07.03.2014 г. в отношении всех классов, для которых он зарегистрирован.

Аналогичный лицензионный договор был заключен между ООО «Эста» и ООО «Антарес» №07/12/12-1ЛД от 07.12.2012 г.

24 июля 2018 года между ООО «Интеропт» и ИП Егоровым С.Ю. был заключен договор об организации поставок №24/07/18-ИИ, согласно которому Поставщик (ООО «Интеропт») обязуется поставлять Покупателю (ИП Егоров С.Ю.) товар, а

Покупатель обязуется принимать этот товар и оплачивать его в порядке, предусмотренном договором. Договор заключен сторонами с целью определения условий поставки Покупателю товара и предоставления Покупателю оборудования.

Согласно п. 4.1.1. договора поставки №24/07/18-ИИ Поставщик обязуется на основании согласованных между Сторонами Спецификаций предоставлять оборудование во временное владение и пользование Покупателю, а Покупатель обязуется вернуть это же оборудование в состоянии, обусловленном договором. В соответствии с п. 4.1.2. данного договора Оборудование предоставляется Покупателю в целях единообразного подхода к розничной реализации товара потребителям, надлежащего выполнения Покупателем требований Поставщика по хранению товара и соблюдению фирменного стиля Торговой марки «33 пингвина», а также в рекламных целях.

На основании п. 4.3.2.10. Договора Покупатель обязуется использовать оборудование исключительно в соответствии с целями его передачи: для хранения, выкладки и реализации товара на своей торговой точке под Торговой 4.3.2.18. Договора Покупатель обязуется не размещать на оборудовании рекламные материалы, или любую другую информацию, кроме представленных или одобренных Поставщиком.

После заключения указанного договора ООО «Эста» направило в адрес ИП Егорова С.Ю. письмо №014/2АП от 14.01.2019 г., в котором был указан список компаний, производящих сопутствующие товары, необходимые для реализации продукции «33 пингвина».

14.01.2019 г. между ООО «Антарес» и ИП Егоровым С.Ю. был заключен договор поставки товаров № 14/01/19-2Ан, по которому Поставщик обязуется передать Покупателю отдельными партиями Товар: фирменные рекламные материалы, торговое оборудование, иные сопутствующие товары, закупленные Поставщиком, а также сопутствующие товары, производимые Поставщиком.

29.09.2021 г. ООО «Эста» направило в адрес ИП Егорова С.Ю. коммерческое предложение о заключении договора коммерческой концессии, на которое ООО «Эста» так и не получило ответа.

Как указывает заявитель, ООО «Эста» и ИП Егоров С.Ю. осуществляют аналогичные виды деятельности по розничной торговле мороженым и замороженными десертами на одном товарном рынке в географических границах (административно-территориальных) города Новосибирска и являются конкурентами.

ООО «Эста» в течение нескольких лет несла существенные затраты на активную маркетинговую деятельность, направленную на узнаваемость продукции и услуг бренда «33 пингвина».

Фирменный стиль ООО «Эста» не является типичным для мороженого, а представляет собой набор уникальных цветовых, графических, словесных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство бренда.

Фирменный стиль - индивидуальность предприятия, важная составляющая

бренда.

Бренд «33 пингвина» сформировал высокий уровень доверия к производимой продукции (мороженое) - мороженое под товарным знаком «33 пингвина», фасованное в фирменные ведерки, стаканчики или ванны (гастроёмкости), йогурт, коктейли, замороженные десерты, топпинги, посыпки и прочие продовольственные товары, а также услугам - кафе-мороженое, которые предназначены для розничной реализации или посредством доставки.

В целом, составляющие фирменного стиля привлекают внимание к Компании, экономят время покупателя, упрощая процесс покупки или потребления услуг, тем самым стимулируя потребительский интерес.

Важным составляющим фирменного стиля является тот факт, что он воспринимается потребителями как гарант статусности Компании и качества ее продукции и оказываемых услуг.

В ходе контрольной закупки, проводимой в городе Новосибирске по торговым точкам, где ИП Егоров С.Ю. осуществляет свою деятельность по продаже мороженого, было установлено, что в торговом центре «Сан-Сити» по адресу: г. Новосибирск, пл. Карла-Маркса, д. 7 ИП Егоров С.Ю. имитирует фирменный стиль оформления торговых точек «33 пингвина» путем использования фирменного темно-синие-зелёного цвета, который стал характерным и узнаваемым для торговых точек «33 пингвина», ценников на мороженое, наклейки холодильного ларя, созданной из отдельных рекламных материалов, предоставленных ИП Егорову С.Ю. в целях единообразного подхода к розничной реализации товара потребителям и соблюдения фирменного стиля Торговой марки «33 пингвина», акционных предложений с имитацией упаковочной продукции «33 пингвина».

ИП Егоров С.Ю. также переработал наклейки, размещаемые на холодильниках. Визуальный осмотр сравниваемых наклеек подтверждает полное копирование, а именно: формы наклейки, композиционного расположения продукции, цветовой гаммы составных элементов наклейки (ингредиентов, упаковок), расположение капель, общего фона.

После оплаты продукции, приобретенной в торговой точке «Три шарика», продавцом был выдан чек, в котором в качестве организации, выдавшей чек, была указана «33 пингвина Новосибирск», а также был указан адрес торговой точки, в которой была осуществлена продажа: Новосибирская область, пл. им. Карла Маркса, дом 7, хотя ИНН, указанный в чеке, принадлежит ИП Егорову С.Ю.

Использование в названии организации обозначения, тождественного словесной части товарного знака «33 пингвина» без права на такое использование, по мнению заявителя, является актом недобросовестной конкуренции.

При проведении контрольных закупок в торговом центре «Кристалл» по адресу: г. Новосибирск, ул. Тюленина, д. 17/1, в торгово-развлекательном центре «Сибирский Молл» по адресу: г. Новосибирск, ул. Фрунзе, д. 238, в торговом центре «Ройял Парк» по адресу: г. Новосибирск, пр. Красный, д. 101 было установлено, что помимо имитации товарного знака «33 пингвина», ИП Егоров С.Ю. имитирует внешний вид фирменных торговых точек «33 пингвина».

Внешний вид островного кафе, состоящий из выступающих световых панелей, полностью повторяется расположение холодильных ларей, упаковочной и рекламной продукции, на прилавках демонстрируется мороженое «33 пингвина», упакованное в ведерки. Внешний вид фирменных торговых точек закреплен в Руководстве по работе с фирменным стилем «33 пингвина».

При проведении контрольной закупки по адресу: г. Новосибирск, ул. Ленина, д. 3, было установлено, что фирменный стиль торговой точки, разработанный дизайнерами ООО «Эста» специально для данной торговой точки, был изменен: ИП Егоров С.Ю. изменил изначальный дизайн торговой точки и добавил в него логотип «Три шарика».

Также на указанной торговой точке используются рекламные плакаты с нанесением на них логотипа «Три шарика», которые полностью повторяют плакаты с изображением товарного знака «33 пингвина», разработанные дизайнерами ООО «Эста» для торговой сети «33 пингвина».

По мнению заявителя, действия ИП Егорова С.Ю. по имитации фирменного стиля торговой сети «33 пингвина» были направлены на получение преимуществ за счет использования сложившейся деловой репутации и широкой известности ООО «Эста» (торговая сеть «33 пингвина»), что создавало угрозу возникновения заблуждения потребителей.

При подготовке заявления, ООО «Эста» было обнаружено, что ИП Егоровым С.Ю. была осуществлена подача заявки на регистрацию товарного знака «Три шарика» (заявка №2022721816 с приоритетом от 07.04.2022 г.), сходного до степени смешения с товарными знаками «33 пингвина», зарегистрированными на имя ООО «Эста» в отношении однородных товаров и услуг 30 и 35 классов МКТУ. 29.07.2022 г. по указанной заявке было принято решение о регистрации товарного знака «Три шарика».

В данном случае размещение на Заявленном обозначении изображения в виде доминирующей белой плашки в форме стилизованной виньетки, выполненной в сине-зеленой, зеленой, желтой, белой и серой цветовой гамме и словесного обозначения «Три шарика», по мнению заявителя, также представляет из себя нарушение, поскольку товарные знаки ООО «Эста» являются группой (серией) знаков одного правообладателя, зависимы друг от друга, связаны между собой наличием одного и того же доминирующего элемента виньетки - наименованием «33 пингвина».

При таких условиях, принимая во внимание то обстоятельство, что ИП Егоров С.Ю. на момент подачи заявки на регистрацию товарного знака (07.04.2022) знал о факте широкой известности продукции «33 пингвина», правообладателем которой является ООО «Эста», Заявитель полагает, что целью ответчика при приобретении исключительных прав на товарный знак «Три шарика» являлось получение необоснованных преимуществ из использования товарного знака, схожего до степени смешения с товарным знаком «33 пингвина», а также деловой репутации «ООО Эста».

Таким образом, указанные действия ИП Егорова С.Ю. могли привести к приобретению им преимуществ в предпринимательской деятельности за счет конкурента и снижению затрат на продвижение (разработку, рекламу)

собственного фирменного стиля ввиду того, что фирменный стиль ООО «Эста» уже был хорошо известен широкому кругу покупателей.

Причинение или возможность причинения убытков другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесение или возможность нанесения вреда их деловой репутации заявитель обосновывает тем, что ИП Егоров С.Ю. при оформлении торговых точек «Три шарика» имитировал фирменный стиль оформления торговых точек торговой сети «33 пингвина» (ООО «Эста»), что влекло причинение убытков Заявителю в виде недополученной прибыли, потери части клиентов, рынка, а также создавало угрозу нанесения вреда его деловой репутации.

На основании изложенного, заявители полагают, что своими действиями ИП Егоров С.Ю. нарушает требования **ст. 14.6 Закона «О защите конкуренции»**.

В ответ на запрос Новосибирского УФАС России о предоставлении информации ИП Егоров С.Ю. отмечает следующее. Предпринимательскую деятельность ИП Егоров С.Ю. ведет с 2006г, и данных о первых дизайн-макетах не сохранилось. Однако в связи с необходимостью переоформления своих торговых точек, 19.04.2022г ИП Егоров С.Ю. заключил договор с дизайнером на услуги по созданию нового фирменного стиля.

По мнению ИП Егорова С.Ю., точки по продаже мороженого в целом между собой очень похожи ввиду аналогичного оборудования (холодильники, прилавки, меню) и продуктового наполнения (мороженое, молочные коктейли). Конкретики по оформлению и точному дизайнерскому решению у ИП Егорова С.Ю. не было. Задача дизайнеру была отрисовать дизайн точек по продаже мороженого с учетом традиционных, понятных потребителю, шаблонов: изображение мороженого на поверхностях, аппетитные картинки, привлекательное меню. Аналогичным дизайном обладают множество точек.

Фасад торговой точки по адресу: г. Новосибирск, ул. Ленина, д. 3 не имеет фирменного стиля, так как на фасаде размещена лишь реализуемая продукция: мороженое, коктейли, а также все элементы содержат собственный товарный знак ИП Егорова С.Ю. Оформлением и рисованием занимался тот же дизайнер.

ИП Егорову С.Ю. принадлежит зарегистрированный товарный знак №887773, дата подачи заявки: 07.04.2022, дата государственной регистрации: 18.08.2022. Классы МКТУ:30 и 35.

По факту наличия в кассовом чеке от 04 июня надписи «33 пингвина» ИП Егорова С.Ю. поясняет, что на торговой точке при оплате покупки по безналичному расчету выдаются кассовые чеки, а также банковские слипы. Кассовые чеки регулируют взаимоотношения с покупателем, программируются они продавцом, упоминание «33 пингвина» из таких чеков были убраны заблаговременно. Слипсы эквайринга регулируют отношения покупателя с банком, и они программируются банком, владельцем аппаратов эквайринга. В данном случае, Сбербанком. Тем не менее, заявку на изменение названия подали также своевременно, но исполнил ее банк лишь 05 июня. 05 июня 2022 года в слипах уже было название «Три шарика».

По поводу взаимоотношения с Заявителем, с ООО «Интеропт» и ООО «Антарес», ИП Егоров С.Ю. поясняет следующее.

ИП Егоров С.Ю. заключил договоры с ООО «Интеропт» и ООО «Антарес» на поставку мороженого и полиграфической продукции в связи **с рекомендательными письмами от ООО «Эста»** от 07.2018 и 19.12.2019, в которых указано с какими поставщиками ИП Егоров С.Ю. должен заключить договоры поставки для торговли продукцией под брендом «33 пингвина».

Договор с ООО «Интеропт» были заключён в целях закупки и реализации продукции под брендом «33 пингвина», договор с ООО «Антарес» был заключен в целях закупки сопутствующей продукции: вафельные рожки, рекламные материалы, упаковочную продукцию.

<...> в 2006г, совместно с <...> и <...> учредили ООО «33 ПИНГВИНА НОВОСИБИРСК» (ИНН 5406357226), действовавшее до 24.02.2016г.

<...> также является учредителем (совместно с <...>) ООО «Эста».

Эти же лица являются соучредителями компании ООО «Интеропт» (ИНН 7017214772). В компании ООО «Антарес» (ИНН 7017284177) учредителем же является <...>, брат <...>. То есть все вышеуказанные компании являются связанными, аффилированными по одним и тем же учредителям или родственным связям.

С 2006г по 2016г <...> работал от имени компании ООО «33 ПИНГВИНА НОВОСИБИРСК» по реализации продукции под брендом «33 пингвина» в Новосибирске. ООО «33 ПИНГВИНА НОВОСИБИРСК» закупало продукцию у компании ООО «Эста» и иных лиц, рекомендованных ООО «Эста».

ООО «Эста» знало о деятельности <...>., так как указанные лица являлись взаимосвязанными, вели деятельность совместно. Стороны не заключали отдельные договора (лицензионные или коммерческой концессии) на использование товарных знаков ООО «Эста», однако на протяжении 10 лет, что ООО «33 ПИНГВИНА НОВОСИБИРСК», в лице <...>, открывало точки под брендом «33 пингвина», претензий у правообладателя не было. ООО «33 ПИНГВИНА НОВОСИБИРСК» закупало оригинальную продукцию и оригинальные, брендированные упаковочные и рекламные материалы.

Позже у сторон начались разногласия о совместной деятельности, юридическое лицо было ликвидировано, <...> начал вести деятельность в качестве индивидуального предпринимателя, однако по-прежнему работал с ООО «Эста», и закупал продукцию у ее партнёров ООО «Интеропт» и ООО «Антарес».

В феврале 2022г. ООО «Интеропт» отказались совершить отгрузку партии мороженого и уведомили об изменении условий поставки. В связи с чем, ИП Егоров С.Ю. принял решение более не сотрудничать с ООО «Эста», закупать товар у иных поставщиков, удалил все упоминания с вывесок и иных материалов о бренде «33 пингвина», изменил оформление торговых точек. В марте началась разработка нового, собственного, бренда. В апреле была подана заявка на регистрацию товарного знака «Три шарика», нанят дизайнер для изменения внешнего вида торговых точек.

Рассмотрев представленные материалы, Новосибирским УФАС России возбуждено настоящее дело, в результате рассмотрения которого установлено

следующее.

В силу п. 7 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006г. №135-ФЗ «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.

Согласно п. 5 ст. 4 Закона «О защите конкуренции», хозяйствующий субъект - коммерческая организация, некоммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход, индивидуальный предприниматель, иное физическое лицо, не зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, но осуществляющее профессиональную деятельность, приносящую доход, в соответствии с федеральными законами на основании государственной регистрации и (или) лицензии, а также в силу членства в саморегулируемой организации.

В соответствии с п.9 ст.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.

Из определения понятия «недобросовестная конкуренция» следует, что для квалификации совершенных деяний в качестве акта недобросовестной конкуренции, действия конкретного лица должны выполнять одновременно следующие условия:

- лицо, совершившее данное деяние, обладает признаком хозяйствующего субъекта (а также наличие конкурентных отношений между хозяйствующими субъектами);
- наличие действия хозяйствующего субъекта (группы лиц);
- направленность на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности;
- противоречие действия законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости;
- совершенные действия способны причинить убытки либо нанести ущерб деловой репутации другого хозяйствующего субъекта.

В соответствии с **ч.1 ст. 14.4 Закона «О защите конкуренции»**, не допускается недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товаров, работ или услуг (далее - средства индивидуализации).

В соответствии с требованиями **статьи 14.6 Закона «О защите конкуренции»** 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.

Копированием внешнего вида изделия является воспроизведение внешнего вида изделия другого хозяйствующего субъекта (предпринимателя) и введение его в гражданский оборот.

Под смешением в целом следует понимать ситуацию, когда потребитель одного товара отождествляет его с товаром другого производителя, либо допускает, несмотря на имеющиеся отличия, вероятность производства указанных товаров одним лицом.

Последствием такого поведения на рынке является возможное перераспределение потребительского спроса от производителя оригинального товара в пользу товара конкурента-нарушителя в результате ошибочного приобретения потребителем товаров нарушителя, поскольку сходство упаковки/внешнего вида товара создает ошибочное впечатление о принадлежности товаров одному производителю.

По результатам анализа состояния конкуренции на рынке розничной торговли мороженым и замороженными десертами в г. Новосибирске за период с 14.01.2019г. по 01.12.2022г., отделом товарных и финансовых рынков Новосибирского УФАС России установлено наличие фактических конкурентных отношений между Заявителем – ООО «Эста» и Ответчиком – ИП Егоровым С.Ю. на территории города Новосибирска.

На рассмотрении дела Комиссией Новосибирского УФАС России 26.01.2023г. представителем ИП Егорова С.Ю. заявлено ходатайство об отложении рассмотрения дела в связи с необходимостью ознакомиться с материалами дела, заявленными ООО «Эста», как коммерческая тайна.



При этом, по мнению ИП Егорова С.Ю., документы в полном объеме не могут являться коммерческой тайной, и если ООО «Эста» полагает какие-то отдельные положения данных документов таковыми, то Заявителю необходимо представить данные документы в том виде, который позволит второй стороне ознакомиться с ними, исключая сведения, составляющие коммерческую тайну.

ООО «Эста» из представленных в материалы дела документов, в качестве сведений, составляющих коммерческую тайну, отнесены «Руководство по работе с фирменным стилем от 2012г.», Коммерческая и техническая информация, передаваемая Клиенту по Договору Коммерческой Концессии (Франчайзинга).

В ответ на Определение об отложении рассмотрения дела от 26.01.2023г., ООО «Эста» представлены пояснения, согласно которым, информация, изложенная в Руководстве по работе с фирменным стилем «33 пингвина» от 2012 г. (Brandbook), а также коммерческой и технической информации (часть 1, 2) (далее - коммерческая и техническая информация ООО «Эста»), в силу п. 2 ст. 3 Федерального закона от 29.07.2004 № 98-ФЗ «О коммерческой тайне» не является информацией, содержащей коммерческую тайну, поскольку в отношении такой информации ООО «Эста» не введен режим коммерческой тайны. Такая информация, в силу Приложения № 4 к договору коммерческой концессии «Перечень конфиденциальной информации», является конфиденциальной и предоставляется пользователям по договору коммерческой концессии за вознаграждение для единообразного подхода к ведению бизнеса под товарным знаком «33 пингвина».

В период работы Егорова С.Ю. в ООО «33 ПИНГВИНА НОВОСИБИРСК», ему была предоставлена вся коммерческая и техническая информации ООО «Эста». Егорову С.Ю. на адрес электронной почты 33penguins@mail.ru был выслан логин и пароль для входа в личный кабинет франчайзи. Коммерческая и техническая информация ООО «Эста», наряду с другими материалами, размещается в личном кабинете франчайзи «33 пингвина», доступ к которому имеет каждый пользователь по договору коммерческой концессии.

Таким образом, у антимонопольного органа отсутствуют основания для отказа ИП Егорову С.Ю. в ознакомлении с представленными материалами, поскольку не может быть отнесена к коммерческой тайне информация, в отношении которой не введен режим коммерческой тайны.

Документы, направляемые антимонопольному органу и содержащие информацию, составляющую коммерческую тайну, должны соответствовать требованиям статьи 10 Закона о коммерческой тайне. В частности, в соответствии с частью 4 статьи 6 Закона о коммерческой тайне такие документы должны быть промаркированы грифом "Коммерческая тайна" с указанием ее обладателя (для юридических лиц - полное наименование и место нахождения, для индивидуальных предпринимателей - фамилия, имя, отчество гражданина, являющегося индивидуальным предпринимателем, и место жительства). Невыполнение указанного требования закона свидетельствует о непринятии обладателем информации минимально необходимых мер ее охраны и освобождает антимонопольный орган от выполнения обязанности, предусмотренной статьей 26 Закона о защите конкуренции.

Информация, которая ранее была представлена в антимонопольный орган без соблюдения режима коммерческой тайны, не может быть позднее признана

коммерческой тайной, поскольку такая информация, в силу ее раскрытия обладателем такой информации не соответствует критериям коммерческой тайны, установленным пунктом 2 статьи 3, части 1 статьи 10 Закона о коммерческой тайне.

Данная позиция также отражена в Разъяснении Президиума ФАС России от 21.02.2018 N 13 «Об информации, составляющей коммерческую тайну, в рамках рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства, проведении проверок соблюдения антимонопольного законодательства, осуществлении государственного контроля за экономической концентрацией».

06.03.2023г. ИП Егоровым С.Ю. представлен Отзыв на Определение (вх. № 3849-ЭП/23), согласно которому, по мнению Ответчика, Заявитель не доказал наличие у него фирменного стиля.

Как указано в заявлении, «фирменный стиль – единство постоянных визуальных и текстовых элементов, идентифицирующих принадлежность к конкретной фирме и отличающих ее от конкурентов. Набор цветовых графических, словесных констант, обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров и услуг, всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления».

Использование фирменного стиля, по мнению ИП Егорова С.Ю., предполагает единый подход к оформлению, цветовым сочетаниям, образам в рекламе, деловых бумагах, технической и деловой документации, упаковке продукции и пр.

Имея сеть точек по продаже мороженого, и утверждая, что у компании имеется фирменный стиль, логично предположить, что вся сеть придерживается единого фирменного стиля. В ином случае, утверждение о наличии фирменного стиля неверно, так как у компании не может быть несколько фирменных стилей, так как у потребителя не возникает ассоциативная связь с одним лицом. Имея вариацию в оформлениях торговых точек, нельзя утверждать о наличии единого фирменного стиля.

Изучив множество точек продаж Заявителя, ИП Егоров С.Ю. отмечает, что единый фирменный стиль точек у заявителя отсутствует. ИП Егоровым С.Ю. приведена сводная таблица точек продаж мороженого «33 пингвина» (по г. Новосибирску и частично по иным городам), и, отмечается, что каждая точка имеет свое оформление. Точки не связаны единым фирменным стилем. Следовательно, единственным связывающим звеном является обозначение «33 пингвина» и изображение пингвина.

Все оборудование, имеющееся у Егорова С.Ю., продается в свободном доступе, и приобрести его может любое лицо.

Поэтому, даже если Ответчик и использовал отдельные элементы дизайна, нельзя утверждать, что Ответчик действовал недобросовестно, так как в целом общее впечатление, производимое от точек продаж Ответчика, кардинально отличается от точек Заявителя. В своем заявлении ООО «Эста» не сравнивает общий вид точек, а сравнивает отдельные элементы.

Более того, Заявитель в своем заявлении проводит сравнительную аналитику точек Ответчика и **макеты** своих точек, а не реальные объекты. Ответчик полагает, что это сделано именно по той причине, что у заявителя нет единого фирменного стиля. Как

было отмечено выше, в оформлении точек Заявителя очевидно доминирует словесный элемент «33 пингвина», а также изображение пингвина. В комбинированном обозначении, состоящем из изобразительного и словесного элементов, основным элементом, как правило, является словесный элемент, так как он запоминается легче изобразительного и именно на нем акцентируется внимание потребителя при восприятии обозначения.

Также ИП Егоров С.Ю. отмечает, что в его действиях отсутствуют признаки недобросовестного поведения в связи с тем, что только целенаправленные действия на извлечение преимуществ могут квалифицироваться как недобросовестная конкуренция. <...> в июне 2006г, совместно с <...> и <...> учредили ООО «33 ПИНГВИНА НОВОСИБИРСК» (ИНН 5406357226), действовавшее до 24.02.2016г. Компания с участием <...> была создана раньше на год, чем зарегистрирован самый первый знак заявителя, и раньше – чем компания заявителя.

<...> также является учредителем (совместно с <...>) ООО «Эста» (ИНН 7017164271 – дата создания ноябрь 2006г).

С 2006г по 2016г Егоров С.Ю. работал от имени компании ООО «33 ПИНГВИНА НОВОСИБИРСК» по реализации продукции под брендом «33 пингвина» в Новосибирске. ООО «33 ПИНГВИНА НОВОСИБИРСК» закупало продукцию у компании ООО «Эста» и иных лиц, рекомендованных ООО «Эста». Далее он вел деятельность как индивидуальный предприниматель.

ИП Егоров С.Ю. добросовестно вел предпринимательскую деятельность и соблюдал установленные договорённости.

18 января 2022г. ООО «Интеропт» уведомило <...> об одностороннем частичном отказе от исполнения условий договора. Изменения должны были вступить в силу 26.01.2022г. Изменения касались выкупа неисправного оборудования.

24.01.2022г. <...> уведомил ООО «Интеропт» о выкупе спорного оборудования, находящегося в нерабочем состоянии, имеющего недостатки, исключающие его использование по назначению, согласно п. 4.5.6 договора и произвел оплату. Далее предполагалось сотрудничество по новым условиям договора.

ООО «Интеропт» не согласилось с действиями <...>., потребовало вернуть оборудование, находящее в неисправном состоянии. <...> возвращать оборудование, приобретённое в установленном договором порядке, отказался.

В феврале <...>., при попытке закупки очередной партии мороженого, получил отказ в отгрузке из-за ситуации с оборудованием. У <...> не было товара для продолжения работы, под угрозой была работа всех точек. При отсутствии товара он просто был бы вынужден закрыть все точки, уволить всех сотрудников. А уведомлением от 15.04.2022 № 15/4Ю о расторжении (прекращении) договора ООО «Интеропт» известил <...>. о расторжении договора об организации поставок № 24/07/18-1И от 24.07.2018 с момента получения уведомления.

ООО «Интеропт», считая выкуп товара <...> неправомерным, обратилось в июне 2022г. в суд. Однако суд, выяснив все обстоятельства дела, в иске отказал, действия <...> признаны правомерными (Дело № А67-5204/2022). Тем не менее, с

февраля 2022г. <...>не поставлялось мороженое.

К марту 2022г., распродав все остатки мороженого «33 пингвина»,<...>остался без товара. Для сохранения бизнеса и рабочих мест, он в срочном порядке начал искать новых поставщиков мороженого. Также понимая, что работать под брендом «33 пингвина» он более не может, он добросовестно предпринял все меры для удаления всех упоминаний бренда. В первую очередь, удалил все упоминания товарных знаков «33 пингвина» с точек продаж: с витрин, с оклейки, с объемных верхних рекламных окружностей, что очевидно даже на фотографиях заявителя и им не отрицается.

На информационных стендах с ценой, Ответчик удалил упоминания чужого бренда, заклеив их своим обозначением. Также ответчик сразу отказался от всех брендированных упаковок, снял их с продажи и заказал обычные белые формы.

Емкости с брендом «33 пингвина» <...> продал одному из франчайзи Заявителя.

07.04.2022г. <...> подал на регистрацию свой собственный товарный знак, не сходный с товарными знаками ООО «Эста», и 18.08.2022г. получил товарный знак.

Позже <...> закупил тару, брендированную собственным товарным знаком и очевидно отличную от тары заявителя.

Таким образом, <...>предпринял все необходимые своевременные меры, чтобы исключить нарушение прав правообладателя.

Торговля мороженым – сезонный бизнес для таких холодных регионов, как Новосибирская область, и, соответственно, прибыль с ноября по апрель у таких предприятий существенно снижается. С февраля по май 2022г., ввиду очень низких доходов, изменения, осуществляемые <...>. были постепенными. Единоновременно, на всех точках, изменить все элементы невозможно. Это требует больших финансовых затрат.

ИП <...>., еще до информирования о поданном в Новосибирское УФАС России заявлении, изменил дизайн всех точек, чтобы максимально исключить сходство.

По факту наличия в кассовом чеке от 04 июня надписи «33 пингвина» Ответчик поясняет, что на торговой точке при оплате покупки по безналичному расчету выдаются кассовые чеки, а также банковские слипы. Кассовые чеки регулируют взаимоотношения с покупателем, программируются они продавцом, упоминание «33 пингвина» из таких чеков были убраны своевременно, еще в апреле. Слипсы эквайринга регулируют отношения покупателя с банком, и они программируются банком, владельцем аппаратов эквайринга. В данном случае, Сбербанком. Тем не менее, заявку на изменение названия подали также в апреле, то есть своевременно, но исполнил ее банк лишь 05 июня. 05 июня 2022 года в слипах уже было название «Три шарика».

В дополнениях от 19.04.23 (вх. № 6969-ЭП/23) ИП Егоров С.Ю. дополнительно отмечает, что одного факта существования брендбука недостаточно для вывода о его узнаваемости. Подтверждением узнаваемости определенного дизайна, как принадлежащего конкретному лицу, служат, например, маркетинговые исследования, социологические опросы.

Также изучив руководство по фирменному стилю, Ответчик отмечает, что, согласно данному Руководству, точки должны иметь определенный стиль. Однако в отзыве на заявление ИП Егоров С.Ю. привел ряд точек в разных городах (большинство из Новосибирска), которые имеют совершенно иное оформление. Из чего следует вывод, что данное руководство не является обязательным, собственники точек оформляют их на свое усмотрение. В связи с чем, если каждая точка имеет свое собственное оформление, нет единообразия для всех, то у компании нет фирменного стиля.

ООО «Эста» указывало, что все торговые точки имеют общие атрибуты фирменного стиля, а именно товарный знак «33 пингвина», логотип и персонаж. И Ответчик согласен, что именно это является главным в точках Истца, именно это запоминает потребитель. И только эти атрибуты создают его узнаваемый дизайн.

В качестве возражений на доводы ИП Егорова С.Ю., ООО «Эста» представлены дополнительные пояснения (вх. № 4794-ЭП/23), согласно которым фирменный стиль – единство постоянных визуальных и текстовых элементов, идентифицирующих принадлежность к конкретной фирме и отличающих ее от конкурентов. Набор цветовых, графических, словесных констант, обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров и услуг, всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления.

Согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации охраняемыми объектами права интеллектуальной собственности, включаемыми в Brand Book, являются произведения (фирменный знак, логотип, дизайн документов и вывесок, шрифты, визитки, образцы печати, одежда, интерьер) и средства индивидуализации – товарный знак и коммерческое обозначение (на вывесках, бланках, в счетах и на иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, в сети Интернет).

Brand Book является документом о корпоративном дизайне, в котором закрепляется фирменный стиль, а также документом, подтверждающим факт возникновения у компании права на его дальнейшее использование и распоряжение им.

ООО «Эста» использует Руководство по работе с фирменным стилем с 2012 г., что свидетельствует о длительном сроке использования фирменного стиля, а также о том, что для потребителей фирменный стиль «33 пингвина» стал узнаваемым.

Мятный цвет, который использует ИП Егоров С.Ю. для индивидуализации своей деятельности под логотипом «Три шарика», не является типичным для мороженого и впервые стал использоваться именно ООО «Эста» на рынке мороженого для индивидуализации бренда «33 пингвина». Указанное обстоятельство подтверждается Руководством по работе с фирменным стилем «33 пингвина», в котором указанный цвет закреплен как фирменный для продукции «33 пингвина».

Фирменный стиль ООО «Эста» не является типичным для мороженого, а представляет собой набор уникальных цветовых, графических, словесных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство бренда. Типичными и часто используемыми цветами для мороженого являются белый, синий, голубой, желтый и красный цвет.

Ознакомившись с отзывом Ответчика, в котором представлены торговые точки «33 пингвина», ООО «Эста» поясняет следующее.

- на всех представленных торговых точках присутствуют атрибуты фирменного стиля «33 пингвина», а именно товарный знак «33 пингвина», надпись «33 пингвина», фирменный персонаж «33 пингвина», которым является стилизованный пингвин, фирменный шрифт, фирменная упаковка, ценник для мороженого, макеты, наклейка, а также оклейка холодильных ларей «33 пингвина», меню, акционные предложения, с изображением фирменной упаковки, а также продукции «33 пингвина»;

- указанные выше атрибуты, которыми оснащены все торговые точки «33 пингвина», как раз-таки, **в совокупности и создают фирменный стиль** «33 пингвина», закрепленный Руководством по работе с фирменным стилем от 2012 года;

- рядовой потребитель, посетивший любую торговую точку всегда будет понимать, что торговая точка относится к торговой сети «33 пингвина», поскольку каждая точка содержит элементы «33 пингвина», создающие в совокупности фирменный стиль, а также создающие ассоциативные связи между торговой точкой и конкретным хозяйствующим субъектом.

Довод относительно того, что оформлением внешнего вида точек ответчик занимался самостоятельно, никакого руководства по стилю ему не направлялось является не соответствующим действительности, поскольку в период работы<...>в ООО «33 ПИНГВИНА НОВОСИБИРСК», ему был предоставлен доступ ко всей коммерческой и технической информации ООО «Эста» путем отправки на адрес электронной почты <...> логина и пароля от личного кабинета франчайзи.

Что касается оформления дизайна торговых точек ИП Егорова С.Ю., то, например, дизайн торговой точки, расположенной по адресу: г. Новосибирск ул. Ленина, д. 3 был разработан дизайнерами ООО «Эста», что подтверждается скриншотами с сайта <https://trello.com>, которые ранее были представлены в материалы дела.

По мнению ООО «Эста» ИП Егоров С.Ю. копирует фирменный стиль ООО «Эста» в целом, а не заимствует какой-то конкретный элемент.

Помимо торговых точек, расположенных в г. Новосибирске, Ответчик указывает торговые точки, расположенные в г. Москве и г. Красноярске, что является некорректным, поскольку географической границей товарного рынка по настоящему делу является г. Новосибирск.

В своем отзыве Ответчик также заявляет о том, что товарные знаки ООО «Эста» не являются схожими до степени смешения с товарным знаком «Три шарика».

Товарный знак «Три шарика», как отмечает ООО «Эста», содержит в себе доминирующую белую плашку в форме виньетки, схожую с виньеткой, являющейся составным элементом товарного знака «33 пингвина», по форме, а также по цветовой гамме.

В данном случае размещение на Заявленном обозначении изображения в виде доминирующей белой плашки в форме стилизованной виньетки, выполненной в сине-зеленой, зеленой, желтой, белой и серой цветовой гамме и словесного обозначения «Три шарика», представляет из себя нарушение, поскольку Товарные

знаки ООО «Эста» являются группой (серией) знаков одного правообладателя, зависимы друг от друга, связаны между собой наличием одного и того же доминирующего элемента виньетки – наименование «33 пингвина».

Доминирующая белая плашка в форме стилизованной виньетки выполняет роль рамки, в центре которой находится логотип и словесный элемент товарного знака «33 пингвина». При сравнении товарных знаков ООО «Эста» и ИП Егорова С.Ю. наглядно видно, что рамка, используемая в товарном знаке «Три шарика» является ничем иным как стилизованной виньеткой товарного знака «33 пингвина» с незначительно измененной формой. Тем самым, по мнению Заявителя, ИП Егоров С.Ю. скопировал стилизованную виньетку товарного знака «33 пингвина», заменив изображение пингвина и словесный элемент «33 пингвина» на логотип «Три шарика».

Ответчик в своем логотипе использует обозначение «Три», которое является созвучным с элементом «33», используемым в товарном знаке «33 пингвина». В данном случае, ответчик мог выбрать любое число, однако выбрал созвучное числу 33 для того, чтобы потребители позиционировали его торговые точки как торговые точки «33 пингвина».

Что касается слова «шарик», то оно является видовым для мороженого, поскольку указывает на характерную форму мороженого, которое кладут в вафельный рожок. Также слово «шарик» является количественной величиной для мороженого, продаваемого в кафе. При покупке мороженого в таких торговых точках продавец всегда спрашивает у покупателя сколько шариков положить в рожок.

Обозначение «Три шарика» является широко используемым в сфере производства и торговли мороженым, поэтому регистрация указанного обозначения в качестве товарного знака нарушает не только права ООО «Эста», но и других хозяйствующих субъектов в указанной сфере.

По мнению Заявителя, важным фактором является размещение упаковки «33 пингвина» на информационном стенде, а также позиционирование точки «Три шарика» точкой «33 пингвина», что, в свою очередь, позволяло<...>привлекать клиентов и извлекать необоснованные выгоды из его недобросовестного поведения.

ООО «Эста» отмечает, что <...>продолжал вести деятельность на точках, которые длительное время работали под брендом «33 пингвина». За длительное время работы торговых точек под брендом «33 пингвина» у потребителей успела сформироваться ассоциативная связь между торговой точкой и хозяйствующим субъектом, который реализует на ней свою продукцию.

Кроме того, на каждой торговой точке, где ИП Егоров С.Ю. осуществляет свою деятельность, имеется табличка, на которой содержится следующая информация: «Мы изменились, чтобы удержать цены, сохранив качество». Указывая эту информацию, ответчик, по мнению ООО «Эста», вводит потребителей в заблуждение, поскольку рядовой потребитель, который ранее посещал торговые точки и приобретал продукцию «33 пингвина», увидев указанную информацию, будет думать, что компания сделала ребрендинг и теперь осуществляет свою деятельность под обозначением «Три шарика», что не соответствует действительности.

Регистрация ИП Егоровым С.Ю. товарного знака «Три шарика», по мнению ООО «Эста» была направлена на усиление своей позиции на рынке мороженого, а также на продолжение копирования фирменного стиля и товарного знака «33 пингвина».

Так ООО «Эста» дополнительно заявило о наличии в действиях ИП Егорова С.Ю. по регистрации товарного знака «Три шарика» признаков нарушения **ч.1 ст. 14.4 Закона «О защите конкуренции»**.

Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В соответствии с п. 37 Обзора судебной практики по делам, связанным с разрешением споров о защите интеллектуальных прав (утв. Президиумом Верховного Суда РФ от 23.09.2015 г.) при выявлении сходства до степени смешения используемого ответчиком обозначения с товарным знаком истца, учитывается общее впечатление, которое производят эти обозначение и товарный знак (включая неохранные элементы) в целом на среднего потребителя соответствующих товаров или услуг.

В рассматриваемом случае сравниваемые товарные знаки, очевидно, не являются тождественными.

Между тем, Заявитель полагает, что имеются основания для установления факта наличия между сравниваемыми обозначениями сходства до степени смешения по следующим причинам.

После того, как партнерские отношения с ООО «Интеропт» были прекращены и стало невозможным использование товарного знака «33 пингвина», ИП Егоровым С.Ю. было принято решение о модификации товарного знака «33 пингвина», в ходе которой он:

- незначительно видоизменяет доминирующую белую плашку, при этом оставляя идентичными границы плашки и их цвет;
- заменяет обозначение «33» на «три», которое является созвучным и сходным по смыслу с элементом «33», используемым в товарном знаке «33 пингвина». В данном случае, ответчик мог выбрать любое число, однако выбрал созвучное числу 33 для того, чтобы потребители позиционировали его торговые точки, как торговые точки «33 пингвина»;
- заменяет словесное и изобразительное обозначение пингвина на слова «три шарика» и изображение «трех шариков в вафельном рожке», при этом оставляя идентичное расположение изображения и слов с сохранением цветовой гаммы (в самом центре плашки расположен вафельный рожок желтого цвета, который идентичен цвету лап пингвина, используемому в товарном знаке «33 пингвина», с шариками мороженого, ниже которого расположена надпись «три шарика», выполненная в зеленом цвете);
- визуально форма пингвина и форма рожка с шариками являются идентичными и представляют собой треугольник, что также указывает на графическое сходство



двух товарных знаков;

Сходство указанных выше элементов обоих товарных знаков (сходные плашки, тождественное симметричное расположение графических и словесных элементов, тождественная визуальная форма, сочетание цветов и тонов), по мнению ООО «Эста», влечет за собой сходство общего зрительного восприятия сравниваемых товарных знаков:

Таким образом, ИП Егоров С.Ю. при оформлении торговых точек «Три шарика» имитировал фирменный стиль оформления торговых точек торговой сети «33 пингвина» (ООО «Эста»), для получения возможности зарегистрировать товарный знак «Три шарика» осуществил незначительную модификацию товарного знака «33 пингвина», которая не повлияла на общее зрительное сходство до степени смешения указанных товарных знаков.

Такие действия ИП Егорова С.Ю. повлекли за собой причинение убытков заявителю в виде недополученной прибыли, потери части клиентов, рынка, а также создало угрозу нанесения вреда его деловой репутации.

Также ООО «Эста» отмечает, что в настоящее время ИП Егоров С.Ю. на основании регистрации товарного знака «Три шарика» **может** запретить всем производителям, а также продавцам мороженого использовать обозначение «шарик», которое в свою очередь, является видовым для мороженого и не подлежит правовой охране, в связи с чем необходимо признать такую регистрацию незаконной.

ООО «Эста» также сообщает, что ИП Егоров С.Ю. продолжил вести деятельность на точках, которые длительное время работали под брендом «33 пингвина». А поскольку, как ООО «Эста» указывало ранее, за длительное время работы торговых точек под брендом «33 пингвина» у потребителей успела сформироваться *ассоциативная связь между торговой точкой и хозяйствующим субъектом*, который реализует на ней свою продукцию, то в данной ситуации, у потребителей может возникнуть мнение, согласно которому смена обозначения «33 пингвина» на «Три шарика» связана с планомерным ребрендингом всей торговой сети «33 пингвина». Данное обстоятельство, по мнению ООО «Эста», в свою очередь, будет являться введением потребителей в заблуждение относительно принадлежности той или иной торговой точки конкретному хозяйствующему субъекту.

В связи с тем, что ИП Егоров С.Ю. продолжил осуществлять свою деятельность на прежних торговых точках, ООО «Эста» не смогло разместить на указанных точках своих франчайзи, использующих комплекс исключительных прав «33 пингвина» по договорам коммерческой концессии, что повлекло за собой недополучение роялти, которое мог бы получить заявитель.

На основании пп. 1.1. договоров коммерческой концессии (копии договоров содержатся в материалах дела), заключенных между ООО «Эста» и хозяйствующими субъектами, ведущими предпринимательскую деятельность на территории города Новосибирск, правообладатель обязуется предоставить пользователю за вознаграждение на указанный в договоре срок право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс принадлежащих правообладателю исключительных прав.

Между ООО «Эста» и ИП Егоровым С.Ю. не заключались договоры о предоставлении права использования интеллектуальной собственности, принадлежащей ООО «Эста», в связи с чем ООО «Эста» несет ущерб, связанный с неполучением вознаграждения от использования ИП Егоровым С.Ю. принадлежащей Обществу интеллектуальной собственности без законного основания.

В качестве возражений, относительно наличия в его действиях признаков нарушения ч. 1 ст. 14.4 Закона «О защите конкуренции», ИП Егоровым С.Ю. отмечает следующее.

В силу пп. 6 п.2 ст.1512 ГК РФ предоставление правовой охраны товарному знаку может быть оспорено и признано недействительным полностью или частично в течение всего срока действия правовой охраны, если связанные с государственной регистрацией товарного знака действия правообладателя признаны в установленном порядке злоупотреблением правом либо недобросовестной конкуренцией.

Статья 14.4 ФЗ «О защите конкуренции» устанавливает запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товаров, работ или услуг.

Для установления акта недобросовестной конкуренции необходимо наличие всех признаков недобросовестной конкуренции, предусмотренных п. 9 ст. 4 ФЗ «О защите конкуренции», в совокупности со специальными признаками состава нарушения, предусмотренного ст. 14.4 ФЗ «О защите конкуренции».

Для квалификации действий хозяйствующего субъекта, как нарушающих запрет, установленный ч.1 ст.14.4 ФЗ «О защите конкуренции», необходимо установить совокупность действий: по приобретению; использованию исключительных прав на средства индивидуализации.

Отдельно приобретение права или использование не образует состава нарушения, предусмотренного ст.14.4 ФЗ «О защите конкуренции».

03.07.2023 ИП Егоровым С.Ю. также представлена позиция (вх. № 119221-ЭП/23), согласно которой Ответчик не согласен с доводами ООО «Эста» о наличии в его действиях признаков нарушения ч.1 ст. 14.4 Закона «О защите конкуренции», где дополнительно отмечается следующее.

Заявитель, обвиняя Ответчика в нарушении его прав на товарные знаки и недополученные прибыли за использование его объектов интеллектуальной собственности, по мнению ИП Егорова С.Ю., злоупотребляет своими правами.

В силу пункта 1 статьи 10 ГК РФ не допускаются осуществление гражданских прав исключительно с намерением причинить вред другому лицу, действия в обход закона с противоправной целью, а также иное заведомо недобросовестное осуществление гражданских прав (злоупотребление правом).

Никто не вправе извлекать преимущество из своего незаконного или недобросовестного поведения (пункт 4 статьи 1 ГК РФ).

При этом под использованием товарного знака под контролем правообладателя понимается использование товарного знака по воле правообладателя. По общему правилу, воля правообладателя на использование товарного знака (знака обслуживания) третьим лицом может быть выражена в договоре с этим третьим лицом.

Для целей применения положений пункта 2 статьи 1486 ГК РФ правовое значение имеет не формальное соблюдение требований к оформлению отношений участников гражданского оборота, которое в данном случае определяет наступление или ненаступление определенных правовых последствий лишь для участников этих отношений, а наличие в гражданском обороте товаров (услуг), маркированных спорным товарным знаком (знаком обслуживания), на законном основании, то есть по воле правообладателя (пункт 3 статьи 1484 данного Кодекса).

Ответчик отмечает, что стороны сотрудничали с 2006г. <...> в июне 2006г, совместно с <...> и <...> учредили ООО "33 ПИНГВИНА НОВОСИБИРСК" (ИНН 5406357226), действовавшее до 24.02.2016г. Компания с участие <...> была создана раньше на год, чем зарегистрирован самый первый знак заявителя, и раньше, чем компания заявителя. <...>. также является учредителем (совместно с <...>) ООО «Эста».

До 2022г. Ответчик закупал продукцию у аффилированных к Заявителю лиц, в том числе, имел доступ с согласия правообладателя, к брендированной продукции. Стороны не имели друг к другу претензий 16 лет.

Утверждения заявителя в настоящий момент о недополученные прибыли и, якобы, убытках, носит, по мнению ИП Егорова С.Ю., характер злоупотребления и очевидной недобросовестности.

Рассмотрев доводы сторон и представленные материалы, Комиссия Новосибирского УФАС России отмечает следующее.

21.10.2022г. состоялось заседание Экспертного совета по применению законодательства РФ о рекламе и антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции при Новосибирском УФАС России. На обсуждение совета были вынесены вопросы о схожести обозначений «Три шарика» и «33 пингвина», на различных фотографиях из материалов дела. По результатам голосования, членами экспертного совета были приняты следующие решения.

Обозначение «ТРИ ШАРИКА» не сходно до степени смешения с товарным знаком «33 пингвина».

По вопросу относительно дизайна упаковок мороженого «Три шарика» и «33 пингвина», экспертами отмечено, что дизайн упаковки мороженого «Три шарика» на фото 5 и 6 не сходен до степени смешения с дизайном упаковки мороженого «33 Пингвина» до степени смешения; дизайн упаковки мороженого «Три шарика» на фото 7 сходен до степени смешения с дизайном упаковки мороженого «33 Пингвина». При этом, дизайн упаковки мороженого «Три шарика» на фото 5,6,7 не создает впечатление о принадлежности данного товара к торговой марке «33 Пингвина».

По вопросу относительно дизайна оклейки холодильника «Три шарика» и «33 Пингвина», экспертами отмечено, что дизайн оклейки на холодильнике «Три шарика» на фото 8 и 9 сходен до степени смешения с дизайном оклейки на холодильнике «33 Пингвина», а также способен создать впечатление о принадлежности данной точки по продаже мороженого к торговой марке «33 Пингвина».

По вопросу относительно оформления фасада магазина по продаже мороженого «Три шарика», экспертами отмечено, что данное оформление фасада магазина сходно до степени смешения с оформлением фасада магазина по продаже мороженого «33 пингвина».

Данные выводы экспертного совета проанализированы Комиссией Новосибирского УФАС России и приняты во внимание при вынесении настоящего решения.

Комиссия Новосибирского УФАС России отмечает, что действия ИП Егорова С.Ю. по регистрации товарного знака «Три шарика» по Свидетельству № 887773 не содержат в себе признаков недобросовестной конкуренции, установленной ч. 1 ст. 14.4 Закона «О защите конкуренции», на основании следующего.

Позиция ООО «Эста» о сходстве до степени смешения товарного знака «Три шарика» по Свидетельству № 887773 с товарными знаками, принадлежащими Заявителю не входит в компетенцию антимонопольного органа.

У ООО «Эста» была возможность подать возражения в Федеральную службу по интеллектуальной собственности (Роспатент) на этапе подачи ИП Егоровым С.Ю. заявки на регистрацию товарного знака. После же соответствующей регистрации, ИП Егоров С.Ю. пользуется своим товарным знаком на законных основаниях, и осуществлять оценку данного товарного знака с товарными знаками Заявителя, Комиссия не вправе.

Одним из обстоятельств, которые могут свидетельствовать о недобросовестном поведении лица, зарегистрировавшего товарный знак, может быть то, что это лицо знало или должно было знать о том, что третьи лица (третье лицо) на момент подачи заявки на регистрацию обозначения в качестве товарного знака законно использовали соответствующее обозначение для индивидуализации производимых ими товаров или оказываемых услуг без регистрации в качестве товарного знака, а также то, что такое обозначение приобрело известность среди потребителей.

Вместе с тем того обстоятельства, что лицо знало или должно было знать об использовании третьими лицами тождественного или сходного до степени смешения обозначения до даты приоритета товарного знака, самого по себе недостаточно для вывода о том, что лицо, приобретая исключительное право на товарный знак, действовало недобросовестно.

Таким образом, суть нарушения положений ч. 1 ст. 14.4 Закона «О защите конкуренции» заключается в том, что лицо зарегистрировало в качестве товарного знака такое обозначение, которое уже использовалось иными лицами на законных основаниях, без соответствующей регистрации.

Должно быть также установлено, что лицо, приобретая исключительное право на товарный знак, имело намерение воспользоваться узнаваемостью такого обозначения либо создать иным хозяйствующим субъектам препятствия в осуществлении предпринимательской деятельности.

В качестве критерия недобросовестного поведения может быть принято во внимание последующее (после регистрации) поведение правообладателя. Такое, как например, предъявление претензий третьим лицам, которые ранее уже использовали зарегистрированное обозначение, о запрете использования такого обозначения.

Материалы дела не содержат сведений, что своими действиями по регистрации товарного знака «Три шарика» по Свидетельству № 887773 ИП Егоров С.Ю. намеревался воспользоваться узнаваемостью обозначения «Три шарика», либо чинить препятствия в осуществлении предпринимательской деятельности иным хозяйствующим субъектам, использовавшим такое обозначение ранее.

ООО «Эста» не использовало в предпринимательской деятельности обозначение «Три шарика», зарегистрированное ИП Егоровым С.Ю. в качестве товарного знака.

Доводы ООО «Эста» о том, что ИП Егоров С.Ю. **может** запретить всем производителям, а также продавцам мороженого использовать обозначение «шарик» являются необоснованными, поскольку носят предположительный характер, направлены на возможное поведение Ответчика в будущем, и не подтверждаются материалами дела.

Таким образом, действия ИП Егорова С.Ю. по регистрации обозначения «Три шарика» в качестве товарного знака не содержат признаков нарушения требований ч. 1 ст. 14.4 Закона «О защите конкуренции».

Что касается наличия в действиях ИП Егорова С.Ю. нарушения **ст. 14.6 Закона «О защите конкуренции»**, Комиссия Новосибирского УФАС России отмечает следующее.

То обстоятельство, что ИП Егоров С.Ю. продолжительное время осуществлял предпринимательскую деятельность под обозначением «33 пингвина» свидетельствует об определенной договоренности между Заявителем и Ответчиком.

ООО «Эста» не имело претензий к ИП Егорову С.Ю. по факту использования обозначений их сети в течении длительного времени. Следовательно, даже не имея заключенного договора непосредственно с правообладателем используемых элементов интеллектуальной собственности, ИП Егоров С.Ю. действовал добросовестно и в рамках действующего законодательства.

После заключения ИП Егоровым С.Ю. договора с ООО «Интеропт» в июле 2018 года, ООО «Эста» 14.01.2019 года направило Ответчику рекомендательное письмо, в котором был указан список компаний, производящих сопутствующие товары, необходимые для реализации продукции «33 пингвина». И только в 29.09.2021г. ООО «Эста» направило в адрес ИП Егорова С.Ю. коммерческое предложение о заключении договора коммерческой концессии. Следовательно, Заявитель знал и не возражал против того, чтобы ИП Егоров С.Ю. осуществлял

предпринимательскую деятельность под обозначением «33 пингвина» как до направления коммерческого предложения, так и после, поскольку, не получив от ИП Егорова С.Ю. положительного ответа, не предпринял никаких действий по запрету последнему использовать свою интеллектуальную собственность.

При этом, из материалов дела не следует, в какой именно момент, по мнению ООО «Эста», ИП Егоров С.Ю. из добросовестного пользователя элементов интеллектуальной собственности, принадлежащей ООО «Эста», стал недобросовестным. Поскольку как до заключения договора с ООО «Интеропт», так и после его расторжения, ИП Егоров С.Ю. не заключал с ООО «Эста» никаких договоров, и, тем не менее, пользовался данной интеллектуальной собственностью с согласия ООО «Эста». О наличии данного согласия свидетельствует письмо ООО «Эста» с рекомендациями по выбору поставщиков.

Комиссия Новосибирского УФАС России не принимает доводы ООО «Эста» о наличии сходства до степени смешения торговых точек ИП Егорова С.Ю. с торговыми точками «33 пингвина», а также об использовании фирменного стиля и товарных знаков Заявителя на основании следующего.

Хозяйствующим субъектом, осуществляющим предпринимательскую деятельность по указанным в заявлении адресам, изначально был ИП Егоров С.Ю. Данную деятельность он осуществлял по данным адресам как в период работы с ООО «Интеропт», так и после расторжения договора с Обществом.

Таким образом, довод ООО «Эста» о том, что *за длительное время работы торговых точек под брендом «33 пингвина» у потребителей успела сформироваться ассоциативная связь между торговой точкой и хозяйствующим субъектом, который реализует на ней свою продукцию*, не свидетельствует о том, что данная ассоциация могла сформироваться с ООО «Эста». Напротив, данный довод свидетельствует о том, что вне зависимости от бренда под которым осуществляет свою деятельность торговая точка, у потребителей она ассоциируется с Ответчиком, как с хозяйствующим субъектом, непосредственно осуществляющим деятельность в данной точке.

В данном аспекте указанная в заявлении табличка, размещенная на торговых точках ИП Егорова С.Ю., с информацией следующего содержания: *«Мы изменились, чтобы удержать цены, сохранив качество»*, свидетельствует о том, что ИП Егоров С.Ю. осуществлял деятельность на данной точке как под обозначением «33 пингвина», так и под обозначением «Три шарика», и для потребителей не происходит смешения между указанными брендами, поскольку деятельность в данной торговой точке как осуществлял ИП Егоров С.Ю., так и продолжает осуществлять именно он.

Кроме того, тезис Заявителя, что у потребителей **может** возникнуть мнение, согласно которому смена обозначения «33 пингвина» на «Три шарика» связана с планомерным ребрендингом всей торговой сети «33 пингвина», что, в свою очередь, будет являться введением потребителей в заблуждение относительно принадлежности той или иной торговой точки конкретному хозяйствующему субъекту, также не принимается Комиссией, поскольку он носит предположительный (вероятностный) характер и не подтверждается материалами дела.

ООО «Эста» отмечает, что не смогло разместить на указанных точках своих франчайзи, использующих комплекс исключительных прав «33 пингвина» по договорам коммерческой концессии, что повлекло за собой недополучение роялти, которое мог бы получить заявитель. Однако, ООО «Эста» не получало указанное роялти и в тот период, когда ИП Егоров С.Ю. использовал обозначения «33 пингвина», с разрешения ООО «Эста». Следовательно, действия ИП Егорова С.Ю. по переоформлению своих торговых точек под собственное обозначение не могло повлечь убытки Заявителю.

Доводы ООО «Эста» о возможности причинения убытков, которые могут последовать в виду потери клиентов для сети в целом, в случае если часть клиентов сети будет ошибочно отождествлять торговые точки ИП Егорова С.Ю. как часть сети «33 пингвина», сменивших концепцию или осуществивших ребрендинг, не принимается Комиссией Новосибирского УФАС России, на основании следующего.

Услуга общественного питания потребляется непосредственно по месту нахождения предприятия (объекта) общественного питания (ресторана, кафе и т.п.). Также потребитель может забрать продукты питания с собой (еда на вынос).

Таким образом, в случае, если потребитель намеревался посетить торговую точку по продаже мороженого «33 пингвина», вне зависимости от адреса расположения, ориентируясь лишь на известное ему наименование, он не обратится в торговую точку «Три шарика», поскольку данное обозначение не имеет сходства с наименованием «33 пингвина», и размещается на всех торговых точках ИП Егорова С.Ю. Вероятность такого смешения носит предположительный характер и не подтверждается материалами дела.

В случае же, если потребитель намеревался посетить торговую точку по продаже мороженого по определенному адресу (например, Торговый центр «Сан-Сити» по адресу: г. Новосибирск, пл. Карла-Маркса, д. 7), вне зависимости от наименования данного пункта, он изначально не обратился бы по адресам торговых точек ООО «Эста».

Кроме того, те потребители, которые раньше приходили в пункты продаж мороженого ИП Егорова С.Ю., когда он действовал под обозначением «33 пингвина», изначально не были клиентами ООО «Эста» и не влияли на прибыль Заявителя, поскольку все точки ИП Егорова С.Ю. были ориентированы на осуществление предпринимательской деятельности именно им. Ни договор поставок, заключенный ИП Егоровым С.Ю. с ООО «Интеропт», ни договор поставок, заключенный ИП Егоровым С.Ю. с ООО Антарас» не свидетельствуют о том, что данные поставщики получают какую-то прибыль в зависимости от объемов реализованной ИП Егоровым С.Ю. продукции. Также материалы дела не содержат сведений о том, что ООО «Эста» имело какое-то отношение к деятельности ИП Егорова С.Ю. по реализации мороженого по указанным в заявлении адресам.

Таким образом, в данном случае не происходит перераспределение спроса на рынке. Следовательно, наличие убытков ООО «Эста» не подтверждается материалами дела.

Регистрация товарного знака «Три шарика» по Свидетельству № 887773 сама по себе свидетельствует об отсутствии сходства до степени смешения обозначения

«Три шарика» с товарными знаками, принадлежащими ООО «Эста», поскольку данное сходство исследуется Роспатентом в момент рассмотрения заявки на такую регистрацию.

Кроме того, членами экспертного совета по применению законодательства РФ о рекламе и антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции при Новосибирском УФАС России отмечено, что обозначение «Три шарика» не сходно до степени смешения с товарным знаком «33 пингвина».

Что касается выводов экспертного совета относительно сходства до степени смешения дизайна упаковок (ценников) мороженого и дизайна оклейки на холодильнике, Комиссия Новосибирского УФАС России отмечает следующее.

Само по себе сходство отдельных элементов, используемых ООО «Эста» и ИП Егоровым С.Ю. в предпринимательской деятельности, не может свидетельствовать о сходстве общего оформления торговых точек до степени смешения, поскольку, как было отмечено самим Заявителем, атрибуты фирменного стиля «33 пингвина» (товарный знак «33 пингвина», надпись «33 пингвина», фирменный персонаж «33 пингвина», которым является стилизованный пингвин, фирменный шрифт, фирменная упаковка, ценник для мороженого, макеты, наклейка, а также оклейка холодильных ларей «33 пингвина», меню, акционные предложения, с изображением фирменной упаковки, а также продукции «33 пингвина») **создают фирменный стиль «33 пингвина» в совокупности.** Следовательно, для стойкой ассоциации у потребителей конкретной торговой точки с торговой сетью «33 пингвина» данные атрибуты должны присутствовать на указной торговой точке в совокупности. Либо, должны содержать **доминирующие элементы**, без которых торговая точка не может восприниматься как точка, принадлежащая сети «33 пингвина». Принимая во внимание представленные ИП Егоровым С.Ю. фотографии различных торговых точек «33 пингвина», к данным доминирующим элементам можно отнести товарный знак «33 пингвина», надпись «33 пингвина», фирменный персонаж «33 пингвина» (стилизованный пингвин).

Следовательно, использование ИП Егоровым С.Ю. ценников и наклеек на холодильниках не способно ввести потребителей в заблуждение относительно принадлежности конкретной торговой точки к сети «33 пингвина», поскольку не содержит доминирующих элементов фирменного стиля Заявителя.

По вопросу относительно оформления фасада магазина по продаже мороженого «Три шарика», экспертами отмечено, что данное оформление фасада магазина сходно до степени смешения с оформлением фасада магазина по продаже мороженого «33 пингвина».

Однако, Комиссия Новосибирского УФАС России отмечает, что в первоначальном заявлении ООО «Эста» не указывало о взаимоотношениях с ИП Егоровым С.Ю., а также об участии <...> в создании ООО «33 ПИНГВИНА НОВОСИБИРСК» и его участии в продвижении обозначения «33 пингвина» на территории Новосибирской области. Данное обстоятельство имеет значение для рассмотрения настоящего дела, поскольку свидетельствует о намерениях ИП Егорова С.Ю. в осуществлении предпринимательской деятельности и его мотивации, как при первоначальном оформлении торговой точки, так и при её переоформлении.

Из материалов дела следует, что изначально ИП Егоров С.Ю. действовал под



обозначением «33 пингвина», в том числе, по адресу: г. Новосибирск, ул. Ленина, д. 3, поскольку был обязан использовать данное обозначение на основании договора, заключенного с ООО «Интеропт» для рекламы бренда. Как указывает ООО «Эста» оформление данной точки было разработано дизайнерами ООО «Эста» специально для данной торговой точки. Таким образом, в момент осуществления ИП Егоровым С.Ю. деятельности под обозначением «33 пингвина», он использовал данный дизайн с ведома ООО «Эста». И дальнейшее переоформление ИП Егоровым С.Ю. данной торговой точки под своё обозначение «Три шарика», как и переоформление иных торговых точек свидетельствует о добросовестном поведении хозяйствующего субъекта, направленном на разграничение разных брендов и продвижение собственного обозначения.

Данная торговая точка, по адресу: г. Новосибирск, ул. Ленина, д. 3, принадлежала ИП Егорову С.Ю. как в период работы под брендом «33 пингвина», так и после. Следовательно, дизайн оформления фасада данной торговой точки первоначально использовался ИП Егоровым С.Ю. добросовестно, а после расторжения взаимоотношений с ООО «Интеропт» из данного дизайна были убраны доминирующие элементы, позволяющие характеризовать данную торговую точку, как принадлежащую сети «33 пингвина».

Поскольку ИП Егоров С.Ю. в период действия договора с ООО «Интеропт» не просто имел право использовать обозначение «33 пингвина», а был обязан его использовать на представленном оборудовании, в том числе для рекламы сети «33 пингвина», то дальнейшее переоформление торговых точек под собственный бренд, после расторжения данного договора, является правом хозяйствующего субъекта и не свидетельствует о намерении Ответчика воспользоваться чужим обозначением или репутацией.

Таким образом в данном случае отсутствуют критерии, позволяющие квалифицировать действие хозяйствующего субъекта в качестве акта недобросовестной конкуренции, поскольку не установлена направленность действий ИП Егорова С.Ю. на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, не установлено противоречие действий ИП Егорова С.Ю. законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости, а также не доказано причинение убытков Заявителю либо нанесения ущерба его деловой репутации.

Кроме того, материалы дела не содержат документального подтверждения смешения торговых точек ИП Егорова С.Ю. под обозначением «Три шарика» с торговыми точками ООО «Эста» под обозначением «33 пингвина».

На основании вышеизложенного, Комиссией Новосибирского УФАС России установлено отсутствие в действиях ИП Егорова С.Ю. признаков нарушения положений Закона «О защите конкуренции» в части недобросовестной конкуренции.

При этом, злоупотребление правом ООО «Эста», указанное ИП Егоровым С.Ю., относится к вопросам гражданско-правового характера и рассматривается в судебном порядке. В то же время Комиссия отмечает, что направление заявления в адрес антимонопольного органа является правом хозяйствующего субъекта и не может свидетельствовать о недобросовестном поведении участника рынка.

05.07.2023г. ООО «Эста» представлено в адрес Новосибирского УФАС России и заявлено на заседании Комиссии ходатайство о назначении социологического опроса. По мнению Заявителя, ответы на предложенные ООО «Эста» вопросы позволят установить факт наличия или отсутствия сходства до степени смешения фирменного стиля, элементов оформления, используемых сторонами, с точки зрения потребителя таких товаров.

Данный опрос ООО «Эста» предлагает провести посредством привлечения ООО «Маркетинговое агентство «СКАНМАРКЕТ», от которого Заявителем было получено письмо о готовности провести указанный социологический опрос. Стоимость проведения социологического опроса составит 400 000 (Четыреста тысяч) рублей. Срок проведения социологического опроса составит 24 (Двадцать четыре) календарных дня. ООО «Эста» готово осуществить оплату услуг ООО «Маркетинговое агентство «СКАНМАРКЕТ» по проведению данного социологического опроса.

Также на рассмотрении дела Комиссией Новосибирского УФАС России представитель ООО «Эста» ходатайствовал о приостановлении настоящего дела до получения результатов данного социологического опроса.

Комиссия Новосибирского УФАС России отказывает ООО «Эста» в удовлетворении данного ходатайства на основании следующего.

Основания для приостановления рассмотрения дела установлены ч. 3 ст. 47 Закона «О защите конкуренции». Данная норма не содержит такого основания для приостановления, как проведение социологического опроса.

В соответствии с ч. 1 ст. 43 Закона «О защите конкуренции», с момента возбуждения дела о нарушении антимонопольного законодательства лица, участвующие в деле, имеют право знакомиться с материалами дела, делать выписки из них, представлять доказательства и знакомиться с доказательствами, задавать вопросы другим лицам, участвующим в деле, заявлять ходатайства, давать пояснения в письменной или устной форме комиссии, приводить свои доводы по всем возникающим в ходе рассмотрения дела вопросам, знакомиться с ходатайствами других лиц, участвующих в деле, возражать против ходатайств, доводов других лиц, участвующих в деле.

Таким образом, с момента возбуждения настоящего дела, а именно с 18.11.2022г. стороны имели возможность провести любые социологические опросы, какие считали нужными, и представить результаты данных опросов в материалы дела в качестве доказательств. ООО «Эста» не воспользовалось данным правом.

Кроме того, ряд вопросов, предложенных ООО «Эста» для проведения заявленного социологического опроса, по мнению Новосибирского УФАС России, являются наводящими. Следовательно, результаты предложенного Заявителем опроса не смогут быть приняты, как объективное доказательство по настоящему делу.

В силу пп. 2.29, 2.30 Регламента Федеральной антимонопольной службы, утвержденного Приказом ФАС России от 09.04.2007 N 105, а также п. 7.23 Положения о территориальном органе Федеральной антимонопольной службы, утвержденного Приказом ФАС России от 23.07.2015 N 649/15, при ФАС России создаются экспертные советы, являющиеся постоянно действующими

консультативно-совещательными органами и осуществляющими рассмотрение вопросов подготовки предложений по вопросам, входящим в компетенцию ФАС России. Решения экспертных советов имеют рекомендательный характер и представляются в ФАС России для реализации функций по принятию нормативных правовых актов, контролю и надзору в установленной сфере деятельности.

Новосибирское УФАС России со своей стороны провело заседание Экспертного совета, результаты которого изложены выше.

Таким образом, у ООО «Эста» было достаточно времени для проведения со своей стороны данного опроса и представления в материалы дела любых доказательств, которые по мнению Заявителя могли бы повлиять на решение Комиссии. Дальнейшее отложение рассматриваемого дела, для удовлетворения заявленного ходатайства, Комиссия Новосибирского УФАС России считает нецелесообразным, и способным привести к затягиванию дела.

Руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1 - 4 статьи 41, статьей 48 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Комиссия Новосибирского УФАС России

#### **РЕШИЛА:**

Рассмотрение дела № 054/01/14.6-1884/2022, о нарушении антимонопольного законодательства возбужденное в отношении ИП Егорова С.Ю. <...> прекратить в связи с отсутствием в действиях указанного лица нарушения антимонопольного законодательства.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса РФ.

Решение изготовлено в полном объеме «07» июля 2023 г.