

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

ОБ ОТЛОЖЕНИИ РАССМОТРЕНИЯ ДЕЛА № 14/04-АМЗ-2016
НАРУШЕНИИ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

○

«07» марта 2017 г.

г. Чебоксары

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дела № 14/04-АМЗ-2016 по признакам нарушения антимонопольного законодательства в составе:

Председатель комиссии:

<...>;

членов комиссии:

<...>;

<...>,

в присутствии:

<...>, представителя ЗАО «ЧЭАЗ» по доверенности от 30.12.2016 № 211-Д-93.

в отсутствии:

ответчика по делу ЗАО «Чебоксары – электроаппаратная защита», надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства,

рассмотрев дело № 14/04-АМЗ-2016, возбужденного по заявлению ЗАО «ЧЭАЗ» в отношении ЗАО «Чебоксары – электроаппаратная защита», по признакам нарушения части 1 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», выразившегося в незаконном использовании ЗАО «Чебоксары – электроаппаратная защита» обозначения, в составе имени (логина) в сети «Интернет» и адресе электронной почты (www.cheazao.ru, cheaz@mail.ru) средства индивидуализации, товарный знак «cheaz», принадлежащий ЗАО «ЧЭАЗ», согласно свидетельству Госкомизобретений от 18.03.1991 № 94803,

УСТАНОВИЛА:

При рассмотрении дела представитель ЗАО «ЧЭАЗ» пояснила, что согласно пункту 3 статьи 1484 ГК РФ никто не вправе использовать без разрешения правообладателя сходные с его товарным знаком обозначения в отношении товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, или однородных товаров, если в результате такого использования возникает вероятность смешения.

Чужие товарные знаки используют применительно к своей продукции, для обеспечения сбыта своего собственного товара за счет известности чужого товарного знака. Применение чужого товарного знака для своих товаров и услуг является сознательным незаконным использованием чужого товарного знака.

Однако на практике случаются ситуации, когда различные зарегистрированные товарные знаки (фирменные наименования, коммерческие обозначения) оказываются тождественными или сходными до степени смешения. В этих случаях споры решаются исходя из приоритета знаков. Правообладатель знака, исключительное право на который возникло раньше, может требовать признания недействительными предоставления охраны конкурирующему товарному знаку (знаку обслуживания), либо полного или частичного запрета на использование фирменного наименования или коммерческого обозначения.

Чтобы завоевать доверие покупателя и сделать свой знак известным, владелец товарного знака несет определенные затраты на исследование рынка, рекламу и т.п., связанные с продвижением на рынок. Производитель, вводящий в оборот свой товар под чужим товарным знаком, подобных затрат не несет, и себестоимость его продукции оказывается ниже, причем и зачастую не только из-за отсутствия затрат на продвижение, но и из-за низкого качества самого продукта. Таким образом, он получает необоснованное и незаконное преимущество на рынке, и поэтому использование чужого товарного знака есть акт недобросовестной конкуренции.

Из сказанного следует, что незаконное использование чужого товарного знака может нанести правомочному владельцу не только материальный ущерб, но и ущерб его деловой репутации.

Товарный знак – это символ, позволяющий отличать товары или услуги компании от подобных товаров или услуг других производителей.

Определение товарного знака закреплено в статье 1477 части 4 ГК РФ. Обладание исключительными правами на товарный знак обеспечивает определенные преимущества в бизнесе. Преимущества тем больше, чем лучше «раскручен» товарный знак. Часто вместо понятия «товарный знак» применяется термин «бренд». Тем не менее, «бренд» - более широкое понятие, включающее не только символ производителя, но и весь набор связанных с ним ассоциаций в сознании потребителя.

К главным функциям товарного знака можно отнести:

1. Продвижение товаров или услуг. Репутация и узнаваемость товарного знака помогают завоевать доверие потребителя;

2. Защита товаров и услуг от недобросовестной конкуренции и подделок.

3. Максимизация выручки от реализации товаров и услуг посредством использования товарного знака.

Ценность «раскручиваемого» товарного знака для правообладателя заключается в том, что он создает дополнительные денежные потоки по сравнению со «средним» товаром или услугой. Таким образом, изменения в стоимости товарного знака будут являться своеобразной оценкой маркетинговой политики предприятия. Поэтому любому владельцу товарного знака необходимо создавать и развивать набор инструментов для максимизации стоимости товарного знака.

В рамках доходного подхода для расчета стоимости исключительного права на товарные знаки используется метод «освобождение от роялти» и метод выделения доли лицензиара в прибыли лицензиата.

Роялти – это платежи, которые покупатель франшизы регулярно (обычно ежемесячно) выплачивает компании за то, что пользуется его брендом, опытом, деловой репутацией и технологией. Как высчитываются такие платежи, и чем они отличаются от паушального взноса и рекламных платежей.

Роялти представляет собой периодические выплаты за использование патента, авторского права, природных ресурсов и других видов собственности выплачиваемые в виде процента от стоимости проданных товаров и услуг, при производстве которых использовались патенты, авторские права и др. На практике роялти устанавливаются в виде фиксированных ставок, которые выплачиваются лицензиатом через согласованные промежутки времени в течение действия лицензионного соглашения. Ставка роялти устанавливается в процентах от стоимости чистых продаж лицензионной продукции, ее себестоимости, валовой прибыли или определяется в расчете на единицу выпускаемой продукции.

Оценка стоимости на товарный знак – это процесс установления денежного эквивалента исключительным или неисключительным правом на него. Как при оценке другого имущества, применяются затратный, сравнительный и доходный подходы. Использование конкретного подхода (а также отказ от его применения) должно быть обосновано оценщиком. Использование нескольких подходов позволяет произвести более точную оценку и более убедительно обосновать итоговую стоимость товарного знака.

23.04.2012 г. в районном суде рассматривалось дело № 2-180/12 по заявлению ЗАО «ЧЭАЗ» о компенсации выплаты за использование товарного знака и нарушение патентных прав. В рамках данного дела аудиторско-консалтинговой группой «Эталон» был составлен отчет об оценке рыночной стоимости права использования товарного знака, зарегистрированного за ЗАО «ЧЭАЗ», на условиях простой (неисключительной) лицензии. Данный отчет может лечь основой в определении убытков, ущерба деловой репутации в результате незаконного использования средств индивидуализации ЗАО «Чебоксары – электроаппаратная защита».

Свои обозначения в сети Интернет ЗАО «Чебоксары – электроаппаратная защита» исправило, удалило средство индивидуализации ЗАО «ЧЭАЗ» товарный знак «cheaz», внесло исправление в доменное имя (логин) и адрес электронной почты на www.aochez.ru; aochez@mail.ru.

В выписке из ЕГРЮЛ, по состоянию на 07.03.2017 г., сведения о том, что ЗАО «Чебоксары – электроаппаратная защита» прекратило свою деятельность, отсутствуют.

Более того, сайт в сети Интернет ЗАО «Чебоксары – электроаппаратная защита» работает, а страничка открывается (www.aochez.ru).

Комиссия приходит к выводу о необходимости получения дополнительной информации.

Руководствуясь пунктами 2 части 1 статьи 47 Федерального закона от 26.07.2006 № 135 «О защите конкуренции», Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Продлить срок рассмотрения дела № 14/04-АМЗ-2016 **до 23 июня 2017 года**.
2. Рассмотрение дела № 14/04-АМЗ-2016 в отношении ЗАО «Чебоксары – электроаппаратная защита» отложить.
3. Назначить рассмотрение дела № 14/04-АМЗ-2016 на **31 марта 2017 года в 10 час. 00 мин.** по адресу: г. Чебоксары, Московский пр., д. 2, каб. 106.
4. **ЗАО «Чебоксары – электроаппаратная защита»** в срок **до 24 марта 2017 года** представить следующие документы и сведения:
 - отчет о прибылях и убытках за 2015, 2016 годы;
 - выручка от реализации всей продукции (товаров, работ, услуг) за 2015, 2016 годы.

Лицам, участвующим в деле, обеспечить явку уполномоченных представителей.

Председатель Комиссии <...>

<...>

Члены Комиссии <...>