

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ОБ ОБСТОЯТЕЛЬСТВАХ ДЕЛА № А-14.6/28 2016

«27» октября 2016 года

г. Благовещенск

Комиссия Амурского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства (далее – Комиссия) в составе: <...>, <...>, <...>,

рассмотрев дело № А-14/28 2016 по признакам нарушения обществом с ограниченной ответственностью «Аудиофарм Плюс» медицинский центр слуха и здоровья (далее – ООО «Аудиофарм Плюс»), ИНН 2801209329, зарегистрированным 19.06.2015, находящимся по адресу 675020, Амурская область, г. Благовещенск, п. Мясокомбинат, литер А, кв. 26, статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон «О защите конкуренции»), в отсутствие на заседании лиц, участвующих в деле, руководствуясь статьей 48.1 Закона «О защите конкуренции»,

УСТАНОВИЛА:

В Амурское УФАС России поступило заявление ООО «Качество жизни» по факту осуществления ООО «Качество здоровья» недобросовестной конкуренции, выраженной во введении в оборот товара с использованием средств индивидуализации ООО «Качество жизни», а также во введении потребителей в заблуждение в отношении производителя реализуемой продукции.

По результатам рассмотрения заявления ООО «Качество жизни» письмом Амурского УФАС России от 24.05.2016 № 02-1908/872-э отказано в возбуждении в отношении ООО «Качество здоровья» дела о нарушении антимонопольного законодательства.

В последующем в адрес Амурского УФАС России обратился ИП <...>, указав, что ООО «Аудиофарм Плюс» медицинский центр слуха и здоровья (далее – ООО «Аудиофарм Плюс») на визитных карточках указывает адрес сайта www.audiofarm.ru, который принадлежит ИП <...> на основании договора от 26.02.2010 № 298 на оказание услуг по разработке и поддержке веб-сайта, заключенного с компанией ООО «Три точки» (копия договора и визитные карточки ООО «Аудиофарм», ООО «Аудиофарм Плюс», представлены к заявлению).

Кроме того, в Амурское УФАС России с заявлением на действия ООО «Аудиофарм Плюс» обратилось ООО «Аудиофарм», указав, что ООО «Аудиофарм Плюс» незаконно использует логотип ООО «Аудиофарм», право на который зарегистрировано за последним согласно свидетельству на товарный знак (знак обслуживания) № 461120. По мнению заявителя, ООО «Аудиофарм Плюс», используя логотип заявителя, реализует свою продукцию и вводит в заблуждение граждан, которые ошибочно полагают, что ООО «Аудиофарм Плюс» и ООО «Аудиофарм» одна организация.

В ходе рассмотрения заявления ООО «Качество жизни», исходя из представленных заявителем, а также ООО «Аудиофарм Плюс» по запросам Амурского УФАС России сведений и документов, установлено, что на территории Амурской области по адресу г. Благовещенск, ул. Театральная 57, офис 202 осуществляет свою деятельность ООО «Аудиофарм Плюс».

ООО «Аудиофарм Плюс» осуществляет продажу и обслуживание слуховых аппаратов, поставляемых обществу на основании двух договоров поставки от 20.10.2016 б/н.

В своей деятельности ООО «Аудиофарм Плюс» при размещении рекламы в средствах массовой информации, вывески по месту осуществления деятельности, а также на визитных карточках общества использует товарный знак, а также визуальное оформление в графически-цветовом выражении, сходные до степени смешения с товарным знаком № 461120, принадлежащим ООО «Аудиофарм», зарегистрированным по адресу 690048, Приморский край, г. Владивосток, ул. Овчинникова 6.

Доказательством регистрации товарного знака является свидетельство на товарный знак (знак обслуживания) № 461120, приоритет товарного знака действует с 09.11.2010.

Кроме того, фирменное наименование ООО «Аудиофарм Плюс» в части главенствующего элемента наименования – «Аудиофарм» является сходным до степени смешения с фирменным наименованием ООО «Аудиофарм», принадлежащим последнему.

Доказательствами, свидетельствующими об использовании ООО «Аудиофарм Плюс» товарного знака, визуального оформления в графически-цветовом выражении визитных карточек, фирменного наименования в части слов «Аудиофарм», сходных до степени смешения с товарным знаком № 461120, визуальным оформлением в графически-цветовом выражении визитных карточек, фирменным наименованием, принадлежащими ООО «Аудиофарм» являются:

- визитные карточки ООО «Аудиофарм Плюс», сравнимые с визитной карточкой ООО «Аудиофарм», представленные ООО «Качество жизни», ООО «Аудиофарм Плюс», ИП <...>, ООО «Аудиофарм» (рисунок 1, рисунок 2, соответственно);
- рекламные объявления в газете «Моя Мадонна» от 23.03.2016 № 11 – логотип и наименование (рисунок 3), в газете «Маршрутка» от 28.01.2016 № 3 (524), в газете «Вперед» п. Магдагачи от 06.11.2015, в газете Попутчик» от 04.03.2016 № 15 - наименование;
- баннер с использованием в наименовании «Аудиофарм-плюс» слов «Аудиофарм» (на баннере в левом верхнем углу изображен логотип ООО «Аудиофарм», справа от него текст «Аудиофарм-плюс», ниже указанного текста текст «центр слуха и здоровья», ниже указанных логотипов и текста по ширине баннера относительно его центра текст «слуховые аппараты», ниже указанного текста и относительно центра баннера указаны телефонные номера «8-924-675-60-62, 8-962-284-50-93»;
- договоры поставки от 20.10.2016 б/н, заключенные ООО «Аудиофарм Плюс» с поставщиками слуховых аппаратов;
- печать ООО «Аудиофарм Плюс» с использованием в фирменном наименовании слов «Аудиофарм».

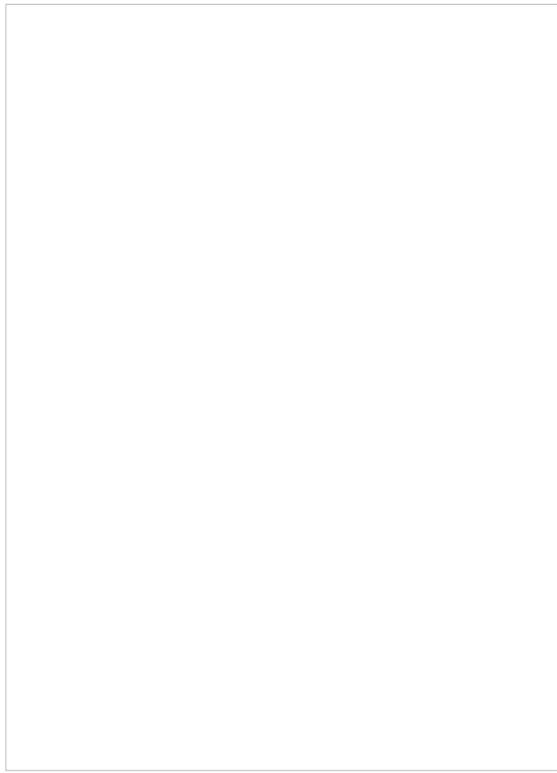
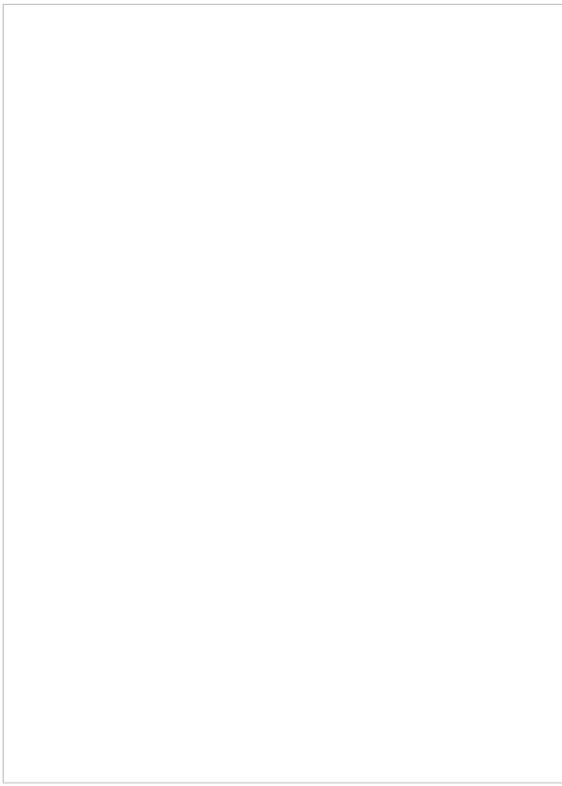
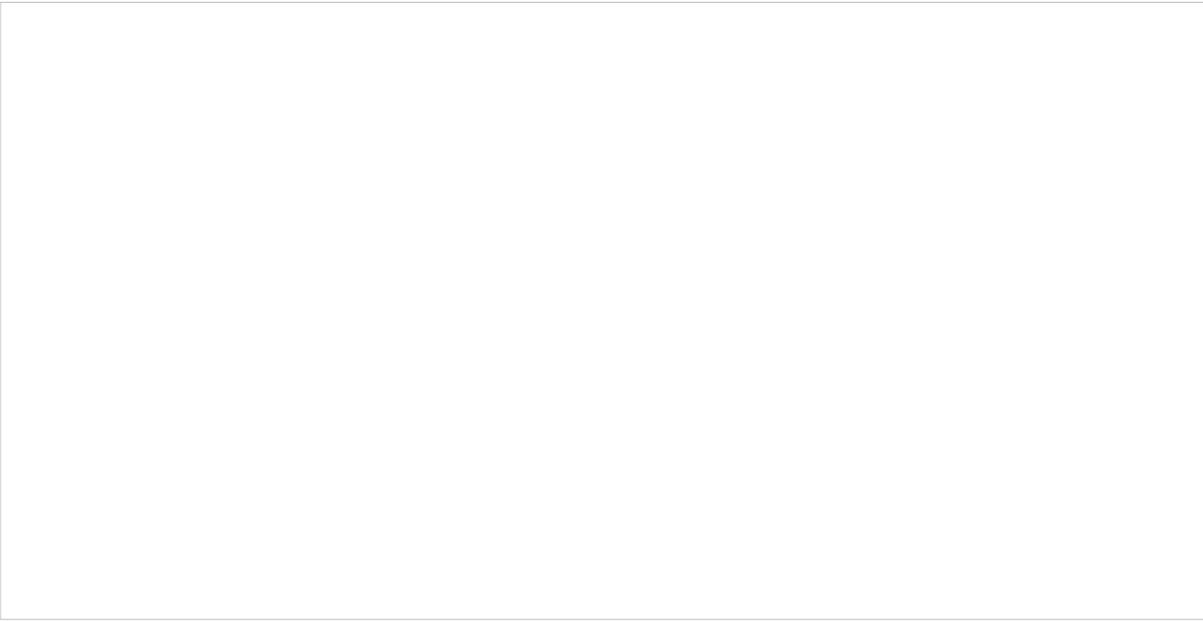


Рисунок 3



Согласно пояснениям ООО «Аудиофарм Плюс» общество зарегистрировано с 19.06.2015 и с момента регистрации осуществляет только приобретение слуховых аппаратов фирмы «Аурика» с целью дальнейшей реализации. Общество занимается распространением информации и ознакомлением населения о преимуществе слуховых аппаратов «Аурика». Доходов за 2015 год и 1 квартал 2106 года получено не было. Сайт ООО «Аудиофарм Плюс» не имеет, а сайт ООО «Аудиофарм» не использует. Средства индивидуализации ООО «Аудиофарм» ООО «Аудиофарм Плюс» в оборот не вводились, совпадение цветовой гаммы в рекламной продукции общество считает допустимым.

В пояснениях по делу от 11.10.2016 ООО «Аудиофарм Плюс» пояснило, что общество зарегистрировано 19.06.2015, а начало свою деятельность с 26.10.2016. С июня 2016 года <...> пытается препятствовать осуществлению деятельности ООО «Аудиофарм Плюс». Ранее <...> работала в ООО «Аудиофарм» администратором, но выполняла функции регионального менеджера, а в последствии была уволена <...>. Сайтом общество не пользуется, так как ведет консультативный прием. Теперь «Аудиофарм» называется Амурский центр слуха. ООО «Аудиофарм Плюс» и Амурский центр слуха две разные организации, реклама и сайт последнего ООО «Аудиофарм Плюс» не используются. ООО «Аудиофарм Плюс» работает с поставщиком «Аурика», а Амурский центр слуха с аппаратами производства Дании и Швейцарии.

К пояснениям представлены в копиях: благодарность, выданная в 2015 году генеральным директором ООО «Качество жизни» <...> <...> за личный вклад в развитие центра слуха и здоровья «Аудиофарм» в г. Благовещенске; копии визитных карточек Амурского центра слуха и ООО «Аудиофарм Плюс»; свидетельство о постановке на налоговый учет ООО «Аудиофарм Плюс» от 19.06.2015 серии 28 № 001565289; выписка из единого государственного реестра юридических лиц от 19.06.2016 в отношении ООО «Аудиофарм Плюс»; декларация соответствия ООО «Аурика» от 11.11.2014; регистрационное удостоверение от 12.12.2008 № ФСР 2008/03749 ООО «Аурика»; уведомление Амурстата от 19.06.2015 в отношении ООО «Аудиофарм Плюс»; копия апелляционного определения Зейского районного суда от 22.03.2016 по делу № 11-1/16 с сопроводительным письмом суда; свидетельство о государственной регистрации от 19.06.2015 серии 28 № 001565288 в отношении ООО «Аудиофарм Плюс»; сертификат специалиста <...>

> от 18.06.2014; диплом об образовании <...>; лицевой лист устава ООО «Аудиофарм Плюс» от 11.06.2015; договор поставки от 20.10.2016 б/н, заключенный ООО «Аудиофарм Плюс» с ООО «Аурика»; уведомление об открытии банковского счета ООО «Аудиофарм Плюс»; договор субаренды от 26.10.2015, заключенный между ООО «Аудиофарм Плюс» и ООО «Сфера» в отношении офисного помещения по адресу г. Благовещенск, ул. Театральная 57; благодарственное письмо потребителя <...>; рекламные буклеты реализуемой продукции (9 штук); компакт-диск с записью рекламного видеоролика ООО «Аудиофарм Плюс».

Компакт-диск с записью рекламного видеоролика ООО «Аудиофарм Плюс» является дополнительным к вышеуказанным доказательством использования ООО «Аудиофарм Плюс» в своей деятельности фирменного наименования «Аудиофарм».

ООО «Аудиофарм» осуществляло деятельность на территории Амурской области по г. Благовещенск, ул. Театральная 57, офис 203.

Согласно пояснениям ООО «Аудиофарм» центр слуха и здоровья «Аудиофарм» работает в области слухопротезирования 9 лет, центры открыты в городах Владивосток, Чита, Благовещенск, Иркутск, Барнаул, Новокузнецк, Якутск, Находка, Уссурийск. Филиал в г. Благовещенске - ООО «Качество жизни» осуществляло деятельность с сентября 2011, что подтверждается приказом от 07.09.2011 № 3 «об открытии и сроках начала работы Регионального подразделения ООО «Качество жизни» в г. Благовещенске». Филиал работал под товарным знаком «Аудиофарм» на основании лицензионного договора от 18.05.2015 (лицензионное соглашение от 18.05.2015, заключенное между ООО «Аудиофарм» ООО «Качество жизни» представлено к пояснениям). С 27.12.2014 по 27.08.2015 ООО «Качество жизни» на основании договора субаренды с ИП <...> (договор представлен к пояснениям) осуществляло деятельность по адресу г. Благовещенск, ул. Театральная 57, офис 203, в последующем переехало на новый адрес - г. Благовещенск, ул. Воронкова 27/1 (договор аренды от 01.09.2015 с ИП <...>). ООО «Аудиофарм Плюс» осуществляет деятельность по адресу г. Благовещенск, ул. Театральная 57, офис 202, разместило на здании по указанному адресу баннер с логотипом и названием ООО «Аудиофарм». По мнению общества, ООО «Аудиофарм Плюс» вводит в заблуждение потребителей, обращающихся в организацию по адресу г. Благовещенск, ул. Театральная 57, а также с визитными карточками ООО «Аудиофарм», что ООО «Аудиофарм Плюс», о лице, оказывающем услуги по продаже слуховых аппаратов, осуществляя продажу слуховых аппаратов иных производителей и качества, чем у ООО «Аудиофарм», с использованием фирменного наименования последнего.

В соответствии с пунктом 7 статьи 4 Закона «О защите конкуренции» конкуренция – это 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.

При это 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 добросовестности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации (пункт 9 статьи 4 Закона «О защите конкуренции»).

Запрет на осуществление недобросовестной конкуренции установлен нормами главы 2.1 Закона «О защите конкуренции».

Согласно статье 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.

В соответствии со статьей 10.bis Конвенции по охране промышленной собственности (ратифицирована СССР 19.09.1968) подлежат запрету:

1) все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смешение в отношении предприятия, продуктов или промышленной или торговой деятельности конкурента;

2) ложные утверждения при осуществлении коммерческой деятельности, способные дискредитировать предприятие, продукты или промышленную или торговую деятельность конкурента;

3) указания или утверждения, использование которых при осуществлении коммерческой деятельности может ввести общественность в заблуждение относительно характера, способа изготовления, свойств, пригодности к применению или количества товаров.

При недобросовестной конкуренции хозяйствующий субъект стремится получить преимущества при осуществлении предпринимательской деятельности способами, запрещенными действующим законодательством, позволяющими, в частности, произвести меньшие затраты по сравнению с теми затратами, которые

претерпевают другие хозяйствующие субъекты-конкуренты, соблюдающие закон, обычаи делового оборота, требования добропорядочности и так далее. Такие действия могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам-конкурентам, либо нанести вред их деловой репутации.

Для квалификации деяния как «недобросовестная конкуренция» необходимо, чтобы: хозяйствующие субъекты являлись конкурентами, то есть находились в одном сегменте товарного рынка; действия лица, совершившее данное деяние, противоречили законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости; указанные действия могли причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации; конечным итогом указанных противоправных действий являлось намерение на получение преимущества при осуществлении предпринимательской деятельности.

Согласно статье 54 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму. Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование. Права на фирменное наименование определяются в соответствии с правилами раздела VII ГК РФ (Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации).

В соответствии со статьей 1473 ГК РФ юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица. Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности.

Согласно части 1 статьи 1474 ГК РФ юридическому лицу принадлежит исключительное право использования своего фирменного наименования в качестве средства индивидуализации любым не противоречащим закону способом (исключительное право на фирменное наименование), в том числе путем его указания на вывесках, бланках, в счетах и иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, в сети «Интернет». Сокращенные фирменные наименования, а также фирменные наименования на языках народов Российской Федерации и иностранных языках защищаются исключительным правом на фирменное наименование при условии их включения в единый государственный реестр юридических лиц.

Распоряжение исключительным правом на фирменное наименование (в том числе путем его отчуждения или предоставления другому лицу права использования фирменного наименования) не допускается (пункт 2 статьи 1474 ГК РФ).

При этом не допускается использование юридическим лицом фирменного наименования, тождественного фирменному наименованию другого юридического лица или сходного с ним до степени смешения, если указанные юридические лица осуществляют аналогичную деятельность и фирменное наименование второго юридического лица было включено в единый

государственный реестр юридических лиц ранее, чем фирменное наименование первого юридического лица (пункт 3 статьи 1474 ГК РФ).

Юридическое лицо, нарушившее правила пункта 3 статьи 1474 ГК РФ, по требованию правообладателя обязано по своему выбору прекратить использование фирменного наименования, тождественного фирменному наименованию правообладателя или сходного с ним до степени смешения, в отношении видов деятельности, аналогичных видам деятельности, осуществляемым правообладателем, или изменить свое фирменное наименование, а также обязано возместить правообладателю причиненные убытки (пункт 4 статьи 1474 ГК РФ).

Согласно статье 1475 ГК РФ на территории Российской Федерации действует исключительное право на фирменное наименование, включенное в единый государственный реестр юридических лиц.

Исключительное право на фирменное наименование возникает со дня государственной регистрации юридического лица и прекращается в момент исключения фирменного наименования из единого государственного реестра юридических лиц в связи с прекращением юридического лица либо изменением его фирменного наименования.

Пункт 2 статьи 1473 ГК РФ предусматривает обязательное наличие двух элементов в структуре фирменного наименования:

- указания на организационно-правовую форму;
- собственно наименования.

Последнее представляет собой те индивидуализирующие словесные обозначения, которые необходимы для отличия одних юридических лиц от других.

Учитывая требования статьи 4 Федерального закона от 08.02.1998 № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» для индивидуализации юридического лица основное значение имеет его наименование, так как именно при сходстве произвольной части фирменного наименования возникает угроза смешения юридических лиц, а различие организационно-правовой формы как части фирменного наименования само по себе не свидетельствует об отсутствии нарушения права на фирменное наименование.

В соответствии с Методическими рекомендациями по проверке заявленных обозначений на тождество и сходство, утвержденными приказом Роспатента от 31.12.2009 № 197 оценка сходства обозначений производится на основе общего впечатления, формируемого, в том числе с учетом неохранных элементов. При этом формирование общего впечатления может происходить под воздействием любых особенностей обозначений, в том числе доминирующих словесных или графических элементов, их композиционного решения и другого (пункт 3 рекомендаций).

Согласно п. 4.2.1.3. п. 4.2.1.4. указанных Методических рекомендаций в состав словесных обозначений могут входить как сильные, так и слабые элементы. Сильные элементы оригинальны, не носят описательного характера. К слабым элементам, в частности, относятся:

- систематически повторяющиеся в товарных знаках буквосочетания (форманты) типа -мат, -трон, -ол, -дент, карб- и т.д.;

- неохранные обозначения (ЭКО, ИНФО, ПЛЮС, AUTO, SOFT, FORTE).

Например, в обозначении AUTOSCRIPT слабым элементом является AUTO, а сильным элементом - SCRIPT. В обозначении MEGASPELL слабый элемент - MEGA, а сильный элемент - SPELL.

При экспертизе словесных обозначений необходимо учитывать сходство именно сильных элементов.

Иногда сильный элемент кладется в основу серии знаков, образуемой путем присоединения к нему различных формантов (INDASFORM, INDASPAD, INDASLIP, INDASEC) или неохранных обозначений (VIZSPA, VIZPOWER, VIZCARE, VIZCLEAN).

Новое заявленное обозначение с тем же сильным элементом (например, INDASTEN и VIZSOFT соответственно) может рассматриваться как сходное до степени смешения с соответствующей серией знаков.

Как следует из выписок из единого государственного реестра юридических лиц и единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей:

- ООО «Аудиофарм Плюс» медицинский центр слуха и здоровья (ИНН 2801209329) зарегистрировано в качестве юридического лица 19.06.2015, находится по адресу Амурская область, г. Благовещенск, п. Мясокомбинат, литер А, кв. 26, осуществляет в качестве основной деятельности деятельность по торговле розничными изделиями, применяемыми в медицинских целях, ортопедическими изделиями в специализированных (ОКВЭД 47.74);

- ООО «Аудиофарм» (ИНН 2540131298) зарегистрировано в качестве юридического лица 18.04.2007, находится по адресу 690048, Приморский край, г. Владивосток, ул. Овчинникова 6, офис 6, осуществляет в качестве дополнительной деятельности деятельность по торговле розничными изделиями, применяемыми в медицинских целях, ортопедическими изделиями в специализированных (ОКВЭД 47.74), учредитель <...>, директор <...>;

- ООО «Качество жизни» (ИНН 2538149763) зарегистрировано в качестве юридического лица 30.08.2011, находится по адресу 690048, Приморский край, г. Владивосток, ул. Овчинникова 6, офис 6, осуществляет в качестве дополнительной деятельности деятельность по торговле розничными изделиями, применяемыми в медицинских целях, ортопедическими изделиями в специализированных (ОКВЭД 47.74), учредитель <...>, генеральный директор <...>;

- ИП <...> (ИНН 253804323734) зарегистрирован в качестве индивидуального предпринимателя 04.08.2006, осуществляет в качестве основной деятельности деятельность по торговле розничными изделиями, применяемыми в медицинских целях, ортопедическими изделиями в специализированных (ОКВЭД 47.74).

Исходя из части 1 статьи 9 Закона «О защите конкуренции» ООО «Аудиофарм», ООО «Качество жизни» и ИП <...> входят в одну группу лиц, при этом осуществляя деятельность на одном товарном рынке в пределах товарной группы, определенной кодом ОКВЭД 47.74 - торговля розничными изделиями,

применяемыми в медицинских целях, ортопедическими изделиями в специализированных.

С учетом пояснений и документов, представленных ООО «Качество жизни», ИП <...>, ООО «Аудиофарм», сведений, размещенных о деятельности ООО «Аудиофарм» на официальном сайте компании в сети интернет по адресу www.audio-farm.ru, ООО «Аудиофарм» на период регистрации ООО «Аудиофарм Плюс» в 2015 году в качестве юридического лица и в последующем в первом полугодии 2016 года осуществляло деятельность, определенную кодом ОКВЭД 47.74, на территории Амурской области, в том числе в г. Благовещенске. Указанная деятельность осуществлялась, кроме того, и посредством осуществления хоть и не имеющего право на использование товарного знака № 461120, но входящего в одну группу лиц на одном и том же товарном рынке с ООО «Аудиофарм» ООО «Качество жизни».

Таким образом, ООО «Аудиофарм Плюс», ООО «Аудиофарм», ООО «Качество жизни» следует признать хозяйствующими субъектами-конкурентами, осуществляющими деятельность на одном и том же товарном рынке - торговля розничными изделиями, применяемыми в медицинских целях, ортопедическими изделиями в специализированных (код ОКВЭД 47.74) в географических границах Амурской области.

Средством индивидуализации юридического лица – ООО «Аудиофарм» (ИНН 2540131298) является его фирменное наименование, в том числе сокращенное фирменное наименование.

В наименовании общества с ограниченной ответственностью «Аудиофарм», сокращенном наименовании ООО «Аудиофарм», основной доминирующий акцент принимает на себя словесное выражение «Аудиофарм». Указанное выражение является семантическим центром, выполняет главенствующую роль в наименовании, является сильным элементом наименования.

В наименовании общества с ограниченной ответственностью «Аудиофарм Плюс» медицинский центр слуха и здоровья, сокращенном наименовании ООО «Аудиофарм Плюс» медицинский центр слуха и здоровья, основной доминирующий акцент принимает на себя аналогично словесное выражение «Аудиофарм».

Наименование общества с ограниченной ответственностью «Аудиофарм Плюс» медицинский центр слуха и здоровья, сокращенное наименование ООО «Аудиофарм Плюс» медицинский центр слуха и здоровья (ИНН 2801209329) являются сходными до степени смешения с фирменным наименованием, принадлежащим ООО «Аудиофарм» (ИНН 2540131298). При этом деятельность ООО «Аудиофарм Плюс» (ИНН 2801209329) может ассоциироваться у потребителей с деятельностью ООО «Аудиофарм» (ИНН 2540131298), как имеющего отношение к последнему в качестве дочерней организации или организации, входящей в одну группу лиц, осуществляющую деятельность под соответствующим объединяющим наименованием – «Аудиофарм» (бренд).

В результате такого сходства могут быть введены в заблуждение потребители или контрагенты ООО «Аудиофарм» (ИНН 2540131298).

Доказательства правомерности использования ООО «Аудиофарм Плюс» (ИНН

2801209329) фирменного наименования «Аудиофарм» в своем фирменном наименовании в Амурское УФАС России не представлены. Представленные ответчиком пояснения и документы не опровергают факты его регистрации в качестве юридического лица и использования в своей деятельности фирменного наименования «Аудиофарм».

В свою очередь согласно пункту 1 статьи 1477 ГК РФ на товарный знак, то есть на обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, признается исключительное право, удостоверяемое свидетельством на товарный знак (статья 1481 ГК РФ).

Обладателем исключительного права на товарный знак может быть юридическое лицо или индивидуальный предприниматель (статья 1478 ГК РФ).

На территории Российской Федерации действует исключительное право на товарный знак, зарегистрированный федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности, а также в других случаях, предусмотренных международным договором Российской Федерации (статья 1479 ГК РФ).

Как установлено пунктами 1, 2 статьи 1481 ГК РФ на товарный знак, зарегистрированный в Государственном реестре товарных знаков, выдается свидетельство на товарный знак. Свидетельство на товарный знак удостоверяет приоритет товарного знака и исключительное право на товарный знак в отношении товаров, указанных в свидетельстве.

Пунктами 1-3 статьи 1484 ГК РФ определено, что лицу, на имя которого зарегистрирован товарный знак (правообладателю), принадлежит исключительное право использования товарного знака в соответствии со статьей 1229 ГК РФ любым не противоречащим закону способом (исключительное право на товарный знак), в том числе способами, указанными в пункте 2 статьи 1484 ГК РФ. Правообладатель может распоряжаться исключительным правом на товарный знак.

Исключительное право на товарный знак может быть осуществлено для индивидуализации товаров, работ или услуг, в отношении которых товарный знак зарегистрирован, в частности путем размещения товарного знака на товарах, в том числе на этикетках, упаковках товаров, которые производятся, предлагаются к продаже, продаются, демонстрируются на выставках и ярмарках или иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, либо хранятся или перевозятся с этой целью, либо ввозятся на территорию Российской Федерации; при выполнении работ, оказании услуг; на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот; в предложениях о продаже товаров, о выполнении работ, об оказании услуг, а также в объявлениях, на вывесках и в рекламе; в сети «Интернет», в том числе в доменном имени и при других способах адресации.

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.

Пунктом 1 статьи 1489 ГК РФ предусмотрено, что по лицензионному договору одна сторона - обладатель исключительного права на товарный знак (лицензиар) может предоставить или обязуется предоставить другой стороне (лицензиату) право использования товарного знака в определенных договором пределах с указанием или без указания территории, на которой допускается использование, в отношении всех или части товаров, для которых зарегистрирован товарный знак.

Доказательства наличия у ООО «Аудиофарм Плюс» права, в том числе возникшего на основании лицензионного соглашения, на использование товарного знака № 461120, принадлежащего ООО «Аудиофарм» не представлены.

Действия ООО «Аудиофарм Плюс» по регистрации в качестве юридического лица с использованием в своем фирменном наименовании фирменного наименования ООО «Аудиофарм» в части слов «Аудиофарм», а также по использованию в своей деятельности указанного фирменного наименования, товарного знака ООО «Аудиофарм», указаний на официальный сайт ООО «Аудиофарм» - www.audiofarm.ru, цветографического стиля оформления своих визитных карточек, сходного с цветографическим стилем оформления визитных карточек ООО «Аудиофарм», могут быть направлены на получение ООО «Аудиофарм Плюс» преимуществ при осуществлении направленной на получение дохода деятельности вследствие снижения времени и финансовых затрат на введение в оборот реализуемой обществом продукции (товара, услуг) посредством смешения с деятельностью хозяйствующего субъекта-конкурента – ООО «Аудиофарм» путем имитации цветовой гаммы, фирменного стиля в целом при оформлении визитных карточек, при размещении рекламных объявлений, индивидуализирующих товар и его продавца товарного знака и фирменного наименования хозяйствующего субъекта-конкурента – ООО «Аудиофарм».

Такие действия могут повлечь для хозяйствующего субъекта-конкурента – ООО «Аудиофарм», осуществляющего длительный период деятельность по продаже слуховых аппаратов на территории ряда субъектов Российской Федерации, в том числе на территории Амурской области и имеющего определенную репутацию на соответствующем товарном рынке, причинение вреда деловой репутации общества вследствие несоответствия ожиданиям потребителей продукции (товара, услуг) ООО «Аудиофарм», отличной от продукции (товара, услуг) ООО «Аудиофарм» из-за различия потребительских свойств товара, его стоимости, условий приобретения, хранения и гарантийного обслуживания, на которые могли рассчитывать потребители (факт отличия товаров заявителя и ответчика подтверждается пояснениями и вышеуказанными документами ответчика о реализуемой продукции). Следовательно, данные действия могут повлечь для ООО «Аудиофарм» отток потребителей и, как следствие, сокращение дохода от осуществляемой деятельности.

При этом действующим законодательством Российской Федерации не предусмотрена обязанность антимонопольного органа устанавливать в ходе рассмотрения дела конкретный размер убытков, причиненных хозяйствующим субъектам-конкурентам действиями ответчика.

В рассматриваемых Комиссией обстоятельствах причинение убытков в виде неполученной прибыли вследствие оттока потребителей в пользу ответчика может предполагаться из-за объективной возможности наступления таких последствий вследствие смешения деятельности заявителя и ответчика, что затрудняет выбор

потребителем продавца соответствующей продукции.

При этом Комиссией отклоняются доводы и доказательства ответчика, подтверждающие, по мнению последнего, законность его действий, поскольку не опровергают установленные Комиссией обстоятельства совершения ответчиком действий, нарушающих статью 14.6 Закона «О защите конкуренции».

Комиссия принимает во внимание, что заявителем в нарушение требований Комиссии не представлены доказательства осуществления деятельности на товарном рынке - торговля розничными изделиями, применяемыми в медицинских целях, ортопедическими изделиями в специализированных (код ОКВЭД 47.74) в географических границах Амурской области в период после возбуждения дела, однако отсутствие данных доказательств не может однозначно свидетельствовать о прекращении такой деятельности заявителя или об отсутствии возможности ее осуществления в дальнейшем. Согласно сведениям из единого государственного реестра юридических лиц на 27.10.2016 деятельность ответчика не прекращена.

Деятельность Амурского центра слуха (ИНН 2801221132), учредителем которого является <...>, не имеет отношение к рассматриваемым Комиссией обстоятельствам дела, доводы ответчика, касающиеся деятельности указанного лица Комиссией отклоняются.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу, что в действиях ООО «Аудиофарм Плюс» по регистрации в качестве юридического лица с использованием в своем фирменном наименовании фирменного наименования ООО «Аудиофарм» в части слов «Аудиофарм», а также по использованию в своей деятельности указанного фирменного наименования, товарного знака ООО «Аудиофарм», указаний на официальный сайт ООО «Аудиофарм» - www.audio-farm.ru, цветографического стиля оформления своих визитных карточек, сходного с цветографическим стилем оформления визитных карточек ООО «Аудиофарм», которые могут быть направлены на получение ООО «Аудиофарм Плюс» преимуществ при осуществлении направленной на получение дохода деятельности вследствие снижения времени и финансовых затрат на введение в оборот реализуемой обществом продукции (товара, услуг) посредством смешения с деятельностью хозяйствующего субъекта-конкурента – ООО «Аудиофарм» путем имитации цветовой гаммы, фирменного стиля в целом при оформлении визитных карточек, при размещении рекламных объявлений, индивидуализирующих товар и его продавца товарного знака и фирменного наименования хозяйствующего субъекта-конкурента – ООО «Аудиофарм», содержатся признаки нарушения статьи 14.6 Закона «О защите конкуренции».

Председатель комиссии

<...>

<...>

<...>