

УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ

ПО КУРСКОЙ ОБЛАСТИ

РЕШЕНИЕ

Комиссии управления Федеральной антимонопольной службы по Курской области

по делу №03-05/45-2016

Резолютивная часть решения оглашена 10 марта 2017г.

В полном объеме решение изготовлено 17 марта 2017г.

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Курской области по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

Председатель Комиссии:

<...>

Заместитель Председателя Комиссии:

<...>

Члены Комиссии:

<...>

рассмотрев дело №03-05/45-2016 по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем X ст.14.6 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции», в присутствии на заседании представителя ответчика по доверенности <...>, в отсутствии представителя заявителя «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» (уведомлено о месте и времени рассмотрения дела),

УСТАНОВИЛА:

В управление Федеральной антимонопольной службы по Курской области

(Курское УФАС России) поступило заявление (<...>) «Ай.Пи. Криэйшнз Этерпрайзис Лимитед» (<...>) о признаках нарушения со стороны Индивидуального предпринимателя Х ст.14.6 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции».

По мнению заявителя, нарушение ст.14.6 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее ФЗ «О защите конкуренции») выражается в использовании ИП Х при осуществлении предпринимательской деятельности дизайна оформления интерьера ресторана быстрого обслуживания «ВОСТОЧНЫЙ ПИР», сходного до степени смешения с дизайном оформления интерьера сети ресторанов быстрого обслуживания «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», используемого «Ай.Пи. Криэйшнз Этерпрайзис Лимитед».

В ходе рассмотрения заявления и при рассмотрении дела Курским УФАС России затребованы и получены письменные пояснения и документы ИП Х (<...>); «Ай.Пи. Криэйшнз Этерпрайзис Лимитед» (<...>), а также письменные пояснения ИП В (<...>).

В ходе рассмотрения дела Курским УФАС России проведен анализ рынка услуг общественного питания в объеме, необходимом для рассмотрения дела по ст.14.6 ФЗ «О защите конкуренции», в соответствии с п.1.3 ч.1, п.10.6 ч.10 «Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке», утв. приказом ФАС России от 28.04.2010г. №220.

Из анализа материалов дела, пояснений лиц, участвующих в деле, анализа рынка услуг общественного питания, представленных экспертных заключений установлены следующие **фактические обстоятельства**.

«Ай.Пи.Криейшнз Этерпрайзис Лимитед» осуществляет деятельность по оказанию услуг общественного питания (сеть ресторанов «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР»), является правообладателем товарных знаков «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» (словесных и графических изображений) по свидетельствам <...>.

Фирменный дизайн интерьера помещения ресторанов быстрого обслуживания «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» регламентирован **«Руководством по использованию фирменной символики «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР»** (далее **Руководство**).

Организация оказывает услуги общественного питания в сети ресторанов быстрого обслуживания «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» в г.Артеме, г.Екатеринбурге, г.Красногорске, г.Красноярске, г.Москве, г.Новый Уренгой, г.Оренбурге, г.Самаре, г.Санкт-Петербурге, г.Саратове, г.Сургуте, г.Томске, г.Тюмени, г.Химки, г.Ярославле.

«Ай.Пи.Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» ранее, в период с сентября 2013 года по июль 2016 года осуществляло деятельность по оказанию услуг общественного питания в г.Курске по адресу ул.Ленина, д.30 на территории фуд-корта Торгового центра «Пушкинский», ресторан быстрого обслуживания «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР».

ИП Х с августа 2016г. осуществляет деятельность по оказанию услуг общественного питания в г.Курске по адресу ул.Ленина, д.30 на территории фуд-корта ТЦ «Пушкинский», посредством организации ресторана быстрого обслуживания «ВОСТОЧНЫЙ ПИР», в помещении, в котором ранее осуществлял деятельность ресторан «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», после закрытия последнего в июле 2016 года.

ИП Х и «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» предоставляют потребителям услуги общественного питания в ресторанах быстрого обслуживания и являются конкурентами.

«Ай.Пи.Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» представлено **«Маркетинговое исследование мнения потребителей услуг предприятий общественного питания г.Курска** по вопросам сходства до степени смешения между торговыми знаками, интерьерами ресторанов «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» и «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», произведенное департаментом маркетинговых исследований агентства «МИСИ». Целью исследования являлась оценка сходства торговых знаков «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» и «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» среди целевой аудитории. Исследование проводилось в форме опроса по формализованной анкете (опрошено 100 респондентов).

Результаты маркетингового исследования показывают, что целевая аудитория (потребители) ресторанов быстрого обслуживания отмечает **визуальную идентичность ресторанов «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» и «ВОСТОЧНЫЙ ПИР», схожесть по смыслу в их названиях, что в совокупности сказывается на потребительском поведении при выборе ресторанов восточной кухни – отмеченная схожесть ресторанов отражается на смешении торговых знаков «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» и «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» в сознании целевой аудитории.**

«Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» представлено **«Руководство по использованию фирменной символики «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР»** в редакции 2012 года (Руководство-2012), элементы которого применяются для оформления ресторанов и в настоящее время. Также представлено и «Руководство по использованию фирменной символики «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» в редакции 2015 года (Руководство), действующее в настоящее время.

Ресторан быстрого обслуживания «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» в г.Курске по адресу ул.Ленина, д.30 на территории фуд-корта торгового центра «Пушкинский» был открыт в 2013 году по договору

коммерческой концессии <...>, заключенному с <...>.

Дизайн-проект указанного ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» был согласован «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» и передан <...> вместе с Руководством-2012, действовавшим в 2013 году.

В соответствии с <...> договора коммерческой концессии <...> **дизайн-проект ресторана принадлежит Правообладателю («Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед»)** и не может быть использован Пользователем по окончании срока действия договора и/или при оформлении иных предприятий общественного питания Пользователя, а также не может быть передан третьим лицам без письменного согласия Правообладателя.

Согласно дизайн-проекту был согласован следующий внешний вид ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР»:

<...>

Согласно представленной в дизайн-проекте объекта «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» ведомости отделки материалов для оформления стен была согласована **плитка настенная размер 100*100 мм цвета бордо**. <...> приобрело плитку <...>.

<...>

В материалы дела представлены фотографии о ходе монтажных работ по укладыванию плитки на стены при отделке ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» в ТЦ «Пушкинский».

В Руководстве-2012 также приведено изображение оформления **подстоля стола раздачи** ресторана – светлые завитки фирменного цвета на фирменном темном фоне:

<...>

В Руководстве указаны фирменные цвета, которые используются при оформлении ресторанов «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», в том числе и цвет <...>.

Настенная плитка данного цвета, а также фирменное подстолье были использованы при оформлении ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР»,

располагавшегося в ТЦ «Пушкинский» г.Курска.

Фронтальная и боковые стены ресторана, отделанные яркой плиткой, образующие фон всего заведения, а также подстолье стола раздачи являются наиболее массивными, крупными, яркими элементами фирменного стиля ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», способными привлечь внимание потребителей.

Руководством в редакции 2012г. и 2015г. утверждены фирменные цвета, в которых оформляются помещения ресторанов «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», в том числе и цвет, которым были оформлены фронтальная и боковые стены ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» в г.Курске. **Руководством-2012** утверждено оформление подстолья стола раздачи, которое использовалось при оформлении ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» в г.Курске.

Общий интерьер ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» в г.Курске **утвержден дизайн-проектом к договору** коммерческой концессии <...>, разработанным в соответствии с требованиями **Руководства-2012**. В соответствии с <...> договора коммерческой концессии <...> **дизайн-проект ресторана принадлежит «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед».**

<...>

Ресторан «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» в г.Курске на территории фуд-корта ТЦ «Пушкинский» был открыт в сентябре 2013 года на основании договора коммерческой концессии <...> между <...> (Пользователь) и «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» (Правообладатель).

По трехстороннему Соглашению «Об уступке прав и переводе долга по договору коммерческой концессии <...> от <...> <...> с согласия «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» передало права Пользователя на ресторан «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» и соответствующие обязательства ИП В <...>.

ИП В осуществлял деятельность по предоставлению услуг общественного питания по указанному договору коммерческой концессии в ресторане «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» в период с ноября 2014 года по июль 2016 года.

Однако с июля 2016 года деятельность ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» предприниматель прекратил. Так, согласно письменных объяснений «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» (<...>), информации и документов ИП В о расторжении договора коммерческой концессии, о прекращении работы ресторана не поступало. В 2016 году образовалась задолженность ИП В по выплате роялти, предусмотренного договором коммерческой концессии, в связи с чем представители Правообладателя «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» 16.08.2016 г. выехали в место расположения ресторана для получения информации.

При этом, согласно письменным пояснениям (<...>) ИП В, он уведомил «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» о расторжении договора коммерческой концессии письмом от <...>. Однако данное письмо в материалы дела по требованию Комиссии ИП В не представил, также не смог представить доказательств отправки указанных документов и их получения адресатом. В материалы дела представлен только экземпляр соглашения о расторжении договора коммерческой концессии <...>, датированного <...> и подписанного только ИП В.

В ходе рассмотрения дела, после получения ИП Х Заключения Комиссии об обстоятельствах дела, представитель ИП Х <...> на заседании Комиссии 10.03.2017г. представила копии соглашения о расторжении договора коммерческой концессии <...>, подписанные ИП В, с приложением почтовых квитанций об отправлении в адрес <...> (Кипр). Копии указанных документов заверены представителем ИП Х <...>.

Согласно письменных пояснений ИП В (<...>) после прекращения им деятельности ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» в связи с невнесением арендной платы собственнику помещения, **демонтаж настенной плитки (фронтальной и боковых стен) и подстоля стола раздачи осуществлен ИП В не был.** Также **не были им демонтированы тканевые и баннерные конструкции ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР»** (как поясняет предприниматель, он достиг устной договоренности с собственником помещения о том, что демонтаж будет произведен при оформлении нового ресторана). Предприниматель указал, что вывез и уничтожил только оформление ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», содержащее товарный знак.

При этом установлено, что товарный знак (словесное и графическое обозначение «Восточный базар») был размещен на круглой световой панели-кронштейне и на объемном световом коробе над столом раздачи.

Незамедлительно после прекращения в июле 2016 года деятельности ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» в том же помещении в августе 2016 года открылся ресторан «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» ИП Х.

ИП Х (Арендатор) использует помещение ресторана по договору аренды <...> с <...> (Арендодатель) и предоставляет услуги общественного питания в ресторане «ВОСТОЧНЫЙ ПИР».

Настенная плитка и подстолье стола раздачи ресторана быстрого обслуживания «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» ИП Х являются частью фирменного стиля ресторанов быстрого обслуживания «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР».

Указанные элементы не были демонтированы ИП В после прекращения деятельности ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» и использованы при оформлении ресторана «ВОСТОЧНЫЙ ПИР».

<...>

<...>

«Ай.Пи.Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» представлено **«Маркетинговое исследование мнения потребителей услуг предприятий общественного питания г.Курска** по вопросам сходства до степени смешения между торговыми знаками, интерьерами ресторанов «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» и «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», произведенное департаментом маркетинговых исследований агентства «МИСИ».

Целью данного исследования являлась оценка сходства торговых знаков «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» и «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» среди целевой аудитории. Исследование проводилось в форме опроса по формализованной анкете (опрошено 100 респондентов).

1) Оценка визуального сходства ресторанов восточной кухни по цветным фотографиям данных ресторанов. Опрос выявил следующее:

- <...> опрошенных на основе предложенных фотографий ресторанов восточной кухни «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» и «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» признали схожесть ресторанов;

- <...> опрошенных считают похожими интерьеры двух ресторанов;

- <...> опрошенных считают вывески и визуальное оформление прилавков этих ресторанов похожими.

На основании данных результатов сделан вывод о высокой вероятности смешения товарных знаков «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» и «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» при выборе ресторанов восточной кухни в сознании целевой аудитории.

2) Оценка сходства названий ресторанов восточной кухни «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» и «ВОСТОЧНЫЙ ПИР». Опрос выявил следующие результаты:

- <...> опрошенных самостоятельно не заметили отличия в названии ресторанов;

- <...> опрошенных считают, что названия ресторанов похожи между собой по смыслу;

- только <...> респондентов считают, что однозначного сходства по смыслу в

названии ресторанов нет.

При оценке позиции респондентов относительно схожести названий «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» и «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» в зависимости от их самостоятельного отличия названий после демонстрации карточки с визуальным изображением ресторанов установлено следующее:

- среди лиц, самостоятельно не заметивших различия в названиях ресторанов после демонстрации карточки, <...> считают, что имеется сходство по смыслу в названиях ресторанов;

- среди лиц, самостоятельно заметивших различия в названиях ресторанов, <...> считают, что названия ресторанов очень похожи между собой по смыслу.

Исходя из данных исследований, можно сделать вывод, что большая часть респондентов не обращают внимания на различия в названиях ресторанов и считают, что названия ресторанов очень похожи по смыслу между собой.

3) Оценка возможности заблуждения при выборе ресторанов восточной кухни. Опрос выявил следующие результаты:

- <...> опрошенных считают, что могли перепутать рестораны и по ошибке посетить другой ресторан;

- среди респондентов, отмечающих наличие схожести по смыслу в названиях ресторанов, <...> могли бы пойти по ошибке в другой ресторан;

- среди респондентов, отмечающих отсутствие схожести по смыслу в названиях ресторанов, <...> могли бы пойти по ошибке в другой ресторан.

Таким образом, выявлено, что присутствует высокий риск ошибки выбора ресторана восточной кухни, в результате смешения дизайна интерьера ресторанов «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» и «ВОСТОЧНЫЙ ПИР».

Результаты маркетингового исследования показывают, что целевая аудитория, то есть потребители ресторанов быстрого обслуживания отмечают визуальную идентичность ресторанов «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» и «ВОСТОЧНЫЙ ПИР», схожесть по смыслу в их названиях, что **в совокупности сказывается на потребительском поведении при выборе ресторанов восточной кухни – отмеченная схожесть ресторанов отражается на смешении ресторанов «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» и «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» в сознании потребителя.**

Указанное смешение для потребителей двух ресторанов достигнуто путем использования концепции ресторана в целом (ресторан восточной кухни), использования сохраненных наиболее крупных элементов интерьера ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» (оформления фронтальной и боковых стен, образующих фон ресторана, а также фирменного подстоля стола раздачи), а также использования сходных по содержанию тканевых панно на стенах, и практически идентичного

меню.

Так, материалами дела (а именно, договором <...> на изготовление и монтаж интерьерной рекламы ИП Х с <...>) подтверждается, что ИП Х был заменен только объемный световой фирменный логотип «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» на соответствующий логотип «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» и заменены на стенах 2 тканевых панно: одно - с изображением здания восточной архитектуры, второе – с изображением блюда из меню, на 2 тканевых панно с изображением силуэтов зданий восточной архитектуры. **Плитка на фронтальной и боковых стенах, образующих фон ресторана, а также фирменное подстолье стола раздачи ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», не демонтированные ИП В после прекращения его деятельности, использованы ИП Х.**

Кроме того, из информации, представленной по запросу Комиссии Инспекцией Федеральной налоговой службы по г.Курску, установлено, что по трудовым договорам у ИП В и ИП Х **работали одни и те же работники** – 12 человек (ФИО и паспортные данные представлены в материалах дела).

Комиссией установлено, что ИП Х в ресторане «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» используется **меню, аналогичное меню ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР».**

Так, Комиссией была исследована, сравнена и оценена информация о ресторанах быстрого обслуживания «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» и «ВОСТОЧНЫЙ ПИР», имеющаяся в открытом доступе в информационно-коммуникационной сети Интернет.

Сеть ресторанов быстрого обслуживания «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» имеет официальный сайт www.vostochnybazar.ru. На данном сайте расположена информация о меню и ценах в данном ресторане.

Информация о меню и ценах в ресторане быстрого обслуживания «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» расположена на официальном сайте ТЦ «Пушкинский» <http://pushkinskiy-tc.ru> в разделе «ресторанный дворик» (ссылка <http://foodcourt.pushkinskiy-tc.ru>).

При исследовании информации, находящейся в открытом доступе на сайтах сравниваемых ресторанов, установлено следующее.

1) В меню каждого ресторана имеется раздел «Восточная классика», предлагающий одинаковые блюда в одинаковой порции по схожим ценам.

<...>

2) В меню каждого ресторана имеется раздел «Восточные супы», предлагающий одинаковые блюда в одинаковой порции.

<...>

В каждом из представленных разделов меню присутствуют 4 одинаковых блюда, описания трех из которых полностью совпадают:

- Харчо – наваристый суп из баранины с добавлением риса, спелых томатов, лука и зелени;
- Лагман – восточная лапша на ароматном бульоне с кусочками мякоти баранины, овощным миксом и зирой;
- Солянка мясная – мясной суп с маринованными огурчиками, маслинами, соком лимона и ароматными специями.

3) В меню каждого ресторана имеется раздел «Комбо-обеда», предлагающий одинаковый набор блюд для полноценного обеда по одинаковым ценам.

<...>

В каждом ресторане «Комбо-обеда» предлагаются «по будням с 10.00 до 16.00» в следующем составе:

- салат, горячее и напиток за 200 р.;
- салат, суп и напиток за 150 р.;
- салат, суп, горячее и напиток 250 р.

Кроме того, в данном разделе меню имеется одинаковое примечание следующего содержания: «суп на выбор, кроме Лагман; салат 150 гр.; горячее 150 гр.; чай 300 мл. или компот 400 мл.

Таким образом, меню ресторанов быстрого обслуживания «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» и «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» являются сходными.

16.08.2016 г., после выезда представителей «Ай.Пи.Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» в г. Курск на место осуществления деятельности ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», обнаруживших в указанном помещении ресторан «ВОСТОЧНЫЙ ПИР», «Ай.Пи.Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» обратилось в адрес ИП Х с письменной претензией о прекращении использования элементов фирменного стиля ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», являющихся интеллектуальной собственностью компании. Письмом от <...> ИП Х указала, что считает претензию необоснованной, поскольку использование наименования ресторана «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» не нарушает права на зарегистрированный товарный знак

«ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР».

Установленные Комиссией фактические обстоятельства свидетельствуют о том, что:

- ресторан «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» открыт в помещении бывшего ресторана сети «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» с использованием элементов интерьера, оставшихся после прекращения деятельности последнего, с сохранением концепции ресторана восточной кухни быстрого обслуживания и привычного для потребителей меню;
- элементы оформления ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», сохраненные ИП Х при открытии ресторана «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» - стены и подстолье - являются наиболее крупными и заметными для потребителя;
- элементы оформления, замененные ИП Х - настенные панно, вывеска, по оформлению и цветовому решению приближены к фирменному стилю оформления ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР»;
- совокупность указанных факторов создает для потребителей впечатление продолжения осуществления деятельности ранее работавшего ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», а также приводит к смешению с точки зрения потребителей ресторанов «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» и «ВОСТОЧНЫЙ ПИР», что подтверждается мнением потребителей, отраженным в «Маркетинговом исследовании».

Проанализировав установленные фактические обстоятельства дела, заслушав устные пояснения лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия приходит к следующим **выводам**.

Согласно п.1 ст.1225 ГК РФ результатами интеллектуальной деятельности и приравненным к ним средствам индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которым предоставляется правовая охрана (интеллектуальной собственностью) являются, в т.ч.

- **произведения** науки, литературы и искусства;
- товарные знаки и знаки обслуживания;
- наименования мест происхождения товаров;
- коммерческие обозначения.

Данные объекты права представляют собой обозначения и служат для различения товаров, услуг и организаций в коммерческой сфере.

В соответствии со ст.1226 ГК РФ на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации признаются интеллектуальные права, которые включают исключительное право, являющееся имущественным

правом.

В силу п.1 ст.1259 ГК РФ **объектами авторских прав являются произведения** науки, литературы и искусства независимо от достоинств и назначения произведения, а также от способа его выражения, в т.ч.: литературные произведения; **произведения** живописи, скульптуры, графики, **дизайна**, графические рассказы, комиксы и другие произведения изобразительного искусства.

Согласно ст.1229 ГК РФ гражданин или юридическое лицо, обладающие исключительными правом на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации (правообладатель), вправе использовать такой результат или такое средство по своему усмотрению любым не противоречащим закону способом. Правообладатель может распоряжаться исключительным правом на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации (ст.1233 ГК РФ), если Кодексом не предусмотрено иное.

Правообладатель может по своему усмотрению разрешать или запрещать другим лицам использование результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации. Отсутствие запрета не считается согласием (разрешением).

Другие лица не могут использовать соответствующие результат интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации без согласия правообладателя, за исключением случаев, предусмотренных ГК РФ. Использование результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации (в том числе их использование способами, предусмотренными ГК РФ), если такое использование осуществляется без согласия правообладателя, является незаконным и влечет ответственность, установленную ГК РФ, другими законами, за исключением случаев, когда использование результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации лицами иными, чем правообладатель, без его согласия допускается ГК РФ.

Согласно ст. 1255 ГК РФ интеллектуальные права на произведения науки, литературы и искусства являются **авторскими правами**. Автору произведения принадлежат в том числе следующие права: исключительное право на произведение; право на неприкосновенность произведения.

Статьей 1256 ГК РФ предусмотрено, что исключительное право на произведения науки, литературы и искусства распространяется на произведения, обнародованные на территории Российской Федерации или необнародованные, но находящиеся в какой-либо объективной форме на территории Российской Федерации, и признается за авторами (их правопреемниками) независимо от их гражданства.

Согласно ст.1270 ГК РФ автору произведения или иному **правообладателю** принадлежит **исключительное право** использовать произведение в соответствии со [статьей 1229](#) настоящего Кодекса в любой форме и любым не противоречащим закону способом (исключительное право на произведение). Правообладатель

может распоряжаться исключительным правом на произведение.

В соответствии с п. 9 ч. 2 ст. 1270 ГК РФ **использованием произведения** независимо от того, совершаются ли соответствующие действия в целях извлечения прибыли или без такой цели, считается, в частности **переработка произведения**. При этом **под переработкой произведения понимается создание производного произведения** (обработки, экранизации, аранжировки, инсценировки и тому подобного).

В силу ч.4 ст.1259 ГК РФ для возникновения, осуществления и защиты авторских прав не требуется регистрация произведения или соблюдение каких-либо иных формальностей.

Фирменный дизайн интерьера помещения ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» регламентирован **«Руководством по использованию фирменной символики «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР»** (в редакции 2012 и 2015 г.), а также **дизайн-проектом** ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», разработанным в рамках договора коммерческой концессии <...>.

Использование ИП Х при оформлении ресторана «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» элементов фирменного дизайна оформления ресторанов «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», утвержденных «Руководством по использованию фирменной символики «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» (в редакции 2012) и дизайн-проектом ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», является нарушением исключительного права «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» на использование произведения дизайна.

Согласно ст.10-bis «Парижской конвенции по охране промышленной собственности» актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах.

В соответствии с ч.1 ст.34 Конституции РФ **не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию.**

Согласно ч. 1 ст. 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). Не допускается использование гражданских прав в целях ограничения [конкуренции](#).

В соответствии с п.9 ст.4 ФЗ «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.

В соответствии с п.5 ст.4 ФЗ «О защите конкуренции» **хозяйствующий субъект** – коммерческая организация, некоммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход, индивидуальный предприниматель.

В силу ч.1 ст.5 ГК РФ **обычаем** признается сложившееся и широко применяемое в какой-либо области предпринимательской или иной деятельности, не предусмотренное законодательством правило поведения, независимо от того, зафиксировано ли оно в каком либо документе.

Справедливость – распространение на экономические отношения принципов морали, чести, права, закона, соблюдения общечеловеческих ценностей (Современный экономический словарь).

Добропорядочный – приличный, достойный одобрения, порядочный – честный, соответствующий принятым правилам поведения (Толковый словарь Ожегова).

Добросовестность, разумность, справедливость – общий принцип, помогающий установить пределы осуществления субъектами принадлежащих им гражданских прав, а также восполнить пробелы в законодательстве. Введен в гражданское законодательство в 1995г. с принятием ГК РФ. Содержание принципа конкретизируется в ходе применения норм гражданского права судебными органами. Позволяет определить содержание прав и обязанностей сторон обязательства в отсутствие прямой регламентации отношений законом, соглашением сторон, обычаями делового оборота при невозможности использовать закон и право аналогии (Большой юридический словарь).

Согласно ч. 2 ст. 15 ГК РФ под **убытками** понимаются расходы, которые лицо, чье право нарушено, произвело или должно будет произвести для восстановления нарушенного права, утрата или повреждение его имущества (реальный ущерб), а также **неполученные доходы**, которые это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено (**упущенная выгода**).

При этом, в силу прямого указания нормы п. 9 ст. 4 ФЗ «О защите конкуренции», для признания действий хозяйствующего субъекта недобросовестной конкуренцией достаточно одной лишь возможности наступления перечисленных в законе последствий и доказательств реального ущерба не требуется.

Статьей 14.6 ФЗ «О защите конкуренции» запрещена 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:

...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.

Действия ИП Х по открытию ресторана «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» в помещении бывшего ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», с сохранением концепции ресторана восточной кухни и меню, с использованием сохранившихся крупных элементов дизайна оформления интерьера ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» для оформления ресторана «ВОСТОЧНЫЙ ПИР», могут оказывать влияние на потребителей и ввести их в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги ресторана, то есть способны вызвать смешение между указанными ресторанами в силу копирования/имитации фирменного стиля ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» в целом. Возможность смешения, с точки зрения потребителей, дизайна оформления ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» и ресторана «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» подтверждена имеющимся в материалах дела экспертным заключением и иными материалами дела.

ИП Х, используя дизайн оформления интерьера ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», использует сложившуюся репутацию «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед», действующего с 2006 года, в том числе по организации крупной сети ресторанов «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», т.е. уже более 10 лет, для получения необоснованного преимущества при осуществлении своей предпринимательской деятельности, что может причинить конкуренту - «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» убытки за счет оттока потребителей, которые могут перепутать лицо, которое предоставляет данные услуги, в виде упущенной выгоды.

Следовательно, действия ИП Х по копированию/имитации внешнего вида, фирменного стиля ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» способны вызвать смешение с деятельностью хозяйствующего субъекта-конкурента - «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед», с услугами, вводимыми хозяйствующим субъектом-конкурентом в гражданский оборот на территории Российской Федерации, противоречат ч.1 ст.1229, ч. 2 ст. 1255 ГК РФ, требованиям добросовестности и справедливости, обычаям делового оборота, направлены на получение ИП Х преимуществ при осуществлении своей предпринимательской деятельности за счет использования сложившейся репутации и известности конкурента, способны

причинить конкуренту – «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» убытки в форме упущенной выгоды, и образуют состав нарушения п. 2 ст. 14.6 ФЗ «О защите конкуренции».

Ответчик в ходе рассмотрения дела факт нарушения требований антимонопольного законодательства отрицал по нижеследующим основаниям.

1. Настенная плитка и подстолье стола раздачи не являются элементами, индивидуализирующими фирменный стиль оформления ресторанов быстрого обслуживания «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», поскольку являются неотделимыми элементами оформления интерьера и не указаны как элементы фирменного стиля в действующем «Руководстве по использованию фирменной символики «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР». Также, ответчик утверждает, что с 2015 года рисунок подстолья, используемый в оформлении ресторана «ВОСТОЧНЫЙ ПИР», не является частью фирменного стиля ресторанов «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР».

Доводы не принимаются Комиссией, поскольку данное мнение ответчика противоречит материалам дела (а именно, Руководствам по использованию фирменной символики «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР»).

Настенная плитка, которой оформлены фронтальная и боковые стены помещения ресторана «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» имеет определенный цвет, указанный в Руководстве как фирменный цвет оформления элементов интерьера ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР». Рисунок подстолья стола раздачи, также указан в Руководстве как элемент оформления интерьера ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР».

Более того, материалами дела подтверждено, что данные элементы (стены и подстолье) являлись непосредственно частями интерьера ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» и были сохранены при открытии ресторана «ВОСТОЧНЫЙ ПИР».

Утверждение «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» новых элементов фирменного стиля оформления ресторанов «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», не исключает использование элементов оформления, утвержденных для использования ранее.

2. «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» не представило доказательств наличия прав на использование фирменной символики, принятой в компании.

Данный довод ответчика не принимается Комиссией Курского УФАС России по следующим основаниям.

Фирменный дизайн интерьера помещения ресторанов быстрого обслуживания «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» регламентирован специальным документом - «Руководством

по использованию фирменной символики «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР».

Фирменный дизайн помещения ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» в ТЦ «Пушкинский» был установлен договором коммерческой концессии <...> и подтвержден **Дизайн-проектом**, разработанным в соответствии с Руководством.

Согласно ст.1255 ГК РФ интеллектуальные права на произведения науки, литературы и искусства являются авторскими правами.

В соответствии с ч.4 ст.1259 ГК РФ для возникновения, осуществления и защиты авторских прав **не требуется регистрация произведения** или соблюдение каких-либо иных формальностей.

Исходя из вышеизложенного, фирменный дизайн, установленный «Руководством по использованию фирменной символики «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», является объектом авторского права. Обязательной государственной регистрации авторских прав «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» на дизайн оформления интерьера ресторанов «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» не требуется.

3. «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед», по мнению ответчика, не является конкурентом ИП Х, поскольку осуществляет деятельность исключительно по заключению договоров коммерческой концессии (франчайзинга) и не осуществляет непосредственной деятельности по оказанию услуг общественного питания, а также не оказывает услуги общественного питания (ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР») в Курской области в настоящее время. Краткий отчет (обзор) анализа состояния конкурентной среды на рынке услуг общественного питания, по мнению ответчика, не может быть использован при рассмотрении настоящего дела, поскольку географические границы деятельности ИП Х и «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» не пересекаются.

Данный довод ответчика не принимается Комиссией по следующим основаниям.

«Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» <...> представило актуальную информацию о действующих ресторанах быстрого обслуживания «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» на территории Российской Федерации, в разных субъектах федерации – всего 24 объекта, из которых только 14 объектов действуют на основании договоров коммерческой концессии (франчайзинга) (по сведениям, представленным на официальном сайте www.vostochnybazar.ru).

Заявитель и ответчик конкурируют на рынке услуг общественного питания. Поскольку защита авторских прав, гарантированная ГК РФ, распространяется равно на всю территорию Российской Федерации, осуществление деятельности ресторанов «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» в фирменном стиле, являющемся объектом авторского права, в различных регионах РФ, не предоставляет ИП Х возможности нарушать авторское право на территории Курской области.

Курским УФАС России приняты во внимание возражения ИП Х по краткому отчету (обзору) состояния конкурентной среды на рынке услуг общественного питания в рамках дела <...>, подготовлен уточненный краткий отчет (обзор) от <...>, с более

развернутым обоснованием географических границ рынка, приобщен к материалам дела.

4. ИП Х, по ее мнению, выполнила весь объем действий, направленных на устранение признаков нарушения конкуренции, демонтировав все рекламные конструкции и элементы оформления, содержащие символику ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР».

Данный довод ответчика не принимается Комиссией Курского УФАС России по следующим основаниям.

ИП Х действительно были выполнены работы по демонтажу объемного композитного короба (замена вывески «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» на вывеску «ВОСТОЧНЫЙ ПИР»), панели-кронштейна с логотипом «ВБ», баннерных и тканевых конструкций ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР». Однако самые крупные элементы интерьера - настенная керамическая плитка на 3 стенах (фронтальной и боковых) и большое панно подстолья стола раздачи демонтированы не были. Элементы оформления, замененные ИП Х - настенные панно, вывеска, по оформлению и цветовому решению приближены к фирменному стилю оформления ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР». Совокупность указанных факторов, с учетом того, что ресторан восточной кухни «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» открыт в помещении бывшего ресторана восточной кухни «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» создает для потребителей впечатление продолжения осуществления деятельности ранее работавшего ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», а также приводит к смешению с точки зрения потребителей ресторанов «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» и «ВОСТОЧНЫЙ ПИР», что подтверждается мнением потребителей, отраженным в «Маркетинговом исследовании».

5. По мнению ответчика, «Маркетинговое исследование мнения потребителей услуг предприятий общественного питания г.Курска по вопросам сходства до степени смешения между торговыми знаками, интерьерами ресторанов «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» и «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», произведенное департаментом маркетинговых исследований агентства «МИСИ», не может быть принято во внимание, поскольку в нем не исследованы вопросы наличия копирования фирменного стиля в целом; наличие сходства или отличия между товарными знаками определяется в соответствии с нормативно-правовыми актами: ГК РФ, а также Правилами составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утв. Приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 N 482.

Ответчиком представлено **«Заключение специалиста касательно наличия или отсутствия сходства до степени смешения между вывеской кафе «ВОСТОЧНЫЙ ПИР», используемой ИП Х, с товарными знаками «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» по свидетельствам <...>»,** сделанное патентным поверенным <...> (<...>).

На разрешение специалиста были поставлены следующие вопросы:

- Является ли вывеска на кафе «ВОСТОЧНЫЙ ПИР», используемая Хмелевской В.А., сходной до степени смешения с товарным знаком «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» по свидетельству <...>?

- Является ли вывеска на кафе «ВОСТОЧНЫЙ ПИР», используемая Хмелевской В.А., сходной до степени смешения с товарным знаком «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» по свидетельству <...>?

Сравнительный анализ вывески на кафе «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» и товарными знаками «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» по свидетельствам <...> производился по критериям звукового (фонетического), смыслового (семантического) и графического (визуального) сходства.

Специалист <...> пришла к выводу, что звуковое, смысловое и графическое **сходство** до степени смешения **между вывеской ресторана быстрого обслуживания «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» и товарными знаками «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР»** по свидетельствам <...> **отсутствует**.

Данный довод ответчика не принимается Комиссией по следующим основаниям.

Комиссией рассмотрено и принято во внимание представленное ИП Х Заключение специалиста, обоснованные сомнения в квалификации эксперта у Комиссии отсутствуют, выводы эксперта Комиссией не оспариваются. Вместе с тем, указанное Заключение не опровергает выводы Комиссии, поскольку рассматривает иные вопросы, не являющиеся предметом исследования Комиссии. Так, эксперт дает заключение о сходстве/отличии между **товарными знаками** (словесными и графическими изображениями) «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» и **вывеской** «ВОСТОЧНЫЙ ПИР», и приходит к выводу, что вывеска «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» не является сходной до степени смешения с товарными знаками по свидетельствам <...>.

Комиссия же разрешает иной вопрос – о возможности смешения потребителями **ресторанов «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» и «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» в силу сходства фирменного стиля оформления их интерьеров в целом**, как это предусмотрено п. 2 ст. 14.6 ФЗ «О защите конкуренции». В целях оценки наличия/отсутствия возможности смешения товаров/услуг с точки зрения конкурентных отношений приоритетное значение для Комиссии имеет именно мнение потребителей, не обладающих специальными профессиональными познаниями в области интеллектуальной собственности, а руководствующихся при выборе товара/услуги только собственным субъективным восприятием. Мнение потребителей отражено в представленном **«Маркетинговом исследовании мнения потребителей услуг предприятий общественного питания г.Курска по вопросам сходства до степени смешения между торговыми знаками, интерьерами ресторанов «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» и «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР»**, департамента маркетинговых исследований агентства «МИСИ». У Комиссии не имеется правовых оснований для отклонения представленного «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» маркетингового исследования, поскольку обоснованные сомнения в

квалификации экспертов и их выводах отсутствуют.

Выводы специалиста <...> не противоречат выводам Комиссии по рассмотрению дела, поскольку предметом сравнения специалиста были товарный знак «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» и вывеска ресторана «ВОСТОЧНЫЙ ПИР», в то время как сходство до степени смешения между дизайном интерьеров указанных ресторанов вызвано общей совокупностью элементов фирменного дизайна ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», которые использует для оформления ресторана «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» ИП Х.

Анализ Комиссией представленных «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» и ИП Х исследований позволяет сделать **вывод**, что, хотя **вывеска** ресторана быстрого обслуживания «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» (отдельно взятая для исследования) не является сходной до степени смешения с товарными знаками «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» по свидетельствам <...> с точки зрения специалиста в сфере интеллектуальной собственности, **однако общее оформление и дизайн интерьера** ресторана «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» **в целом сходно до степени смешения с фирменной символикой и дизайном оформления сети ресторанов «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» с точки зрения потребителей.**

6. По мнению ответчика, сведения о ресторане быстрого обслуживания «ВОСТОЧНЫЙ ПИР», размещенные на официальном сайте ТЦ «Пушкинский» г.Курска, не могут быть использованы при рассмотрении настоящего дела, поскольку ИП Х не является собственником данного сайта.

Данный довод ответчика не принимается Комиссией Курского УФАС России, поскольку антимонопольный орган при рассмотрении дела использует все доступные источники информации об обстоятельствах дела, в т.ч. и открытые источники в сети Интернет.

Фактические сведения о блюдах меню ресторана «ВОСТОЧНЫЙ ПИР», размещенные на официальном сайте ТЦ «Пушкинский» г.Курска, ответчиком не оспариваются.

Таким образом, изучив обстоятельства дела, пояснения участников дела, имеющиеся материалы и доказательства, Комиссия приходит к выводу о том, что действия ИП Х при осуществлении деятельности ресторана «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» по копированию/имитации внешнего вида, фирменного стиля ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР» способны вызвать смешение с деятельностью хозяйствующего субъекта-конкурента - «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед», с услугами, вводимыми хозяйствующим субъектом-конкурентом в гражданский оборот на территории Российской Федерации, противоречат ч.1 ст.1229, ч. 2 ст. 1255 ГК РФ, требованиям добросовестности и справедливости, обычаям делового оборота, направлены на получение ИП Х преимуществ при

осуществлении своей предпринимательской деятельности за счет использования сложившейся репутации и известности конкурента, способны причинить конкуренту – «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» убытки в форме упущенной выгоды, и образуют состав нарушения п. 2 ст. 14.6 ФЗ «О защите конкуренции».

Действия, а также бездействие ИП Х при осуществлении деятельности ресторана «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» (г.Курск, ул. Ленина, д.30, ТЦ «Пушкинский») по копированию/имитации внешнего вида, фирменного стиля ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», вызывающие смешение с деятельностью хозяйствующего субъекта-конкурента – «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» и с услугами ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», вводимыми хозяйствующим субъектом-конкурентом в гражданский оборот на территории Российской Федерации, являются нарушением п.2 ст.14.6 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции»

Нарушение ИП Х п.2 ст.14.6 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» документально подтверждено с августа 2016 года и на момент вынесения решения по настоящему делу не прекращено, т.е. является длящимся.

На основании вышеизложенного, руководствуясь п.2 ст.14.6, ч.1 ст.23, ч.1 ст.39, ч.1-3 ст.41, ч.1 ст.49, ст.50 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции», Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать действия, а также бездействие ИП Х (<...>) при осуществлении деятельности ресторана «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» (г.Курск, ул. Ленина, д.30, торговый центр «Пушкинский») по копированию/имитации внешнего вида, фирменного стиля ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», вызывающие смешение с деятельностью хозяйствующего субъекта-конкурента – «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» и с услугами ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», вводимыми хозяйствующим субъектом-конкурентом в гражданский оборот на территории Российской Федерации, нарушением п.2 ст.14.6 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции».
2. Выдать ИП Х предписание о прекращении недобросовестной конкуренции.
4. Контроль за исполнением предписания возложить на <...>.
5. Материалы дела передать уполномоченному должностному лицу для решения вопроса о привлечении к административной ответственности, предусмотренной Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

<...>

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

Примечание. За невыполнение в установленный срок законного решения антимонопольного органа [статьей 19.5](#) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

УПРАВЛЕНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО КУРСКОЙ ОБЛАСТИ

ПРЕДПИСАНИЕ № 03-05/45-2016

о прекращении недобросовестной конкуренции

Оглашено 10 марта 2017 года

Изготовлено 17 марта 2017 года

г.Курск

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Курской области по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

Председатель Комиссии

<...>

Заместитель Председателя Комиссии

<...>

Члены Комиссии:

<...>

руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частью 4 статьи 41, статьей 50 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее ФЗ «О защите конкуренции»), на основании своего решения по делу №03-05/45-2016 о нарушении ИП Х (<...>) ст.14.6 указанного Федерального закона,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Х при осуществлении деятельности ресторана «ВОСТОЧНЫЙ ПИР» по адресу г.Курск, ул. Ленина, д.30, торговый центр «Пушкинский», в течение тридцати дней с даты получения настоящего предписания прекратить нарушение п.2 ст.14.6 ФЗ «О защите конкуренции», а именно: прекратить копирование/имитацию внешнего вида, фирменного стиля ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», вызывающие смешение с деятельностью хозяйствующего субъекта-конкурента – «Ай.Пи. Криэйшнз Энтерпрайзис Лимитед» и с услугами ресторана «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР», вводимыми хозяйствующим субъектом-конкурентом в гражданский оборот на территории Российской Федерации.

2. Об исполнении п.1 настоящего предписания письменно сообщить в Курское УФАС России в течении 3 (трех) рабочих дней с момента исполнения настоящего предписания с приложением документов, подтверждающих исполнение предписания.

<...>

Предписание может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его выдачи.

Примечание. За невыполнение в установленный срок законного предписания антимонопольного органа [статьей 19.5](#) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Привлечение к ответственности, предусмотренной законодательством Российской Федерации, не освобождает от обязанности исполнить предписание антимонопольного органа.