

**Управление Федеральной антимонопольной службы**

**по Республике Коми**

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ ОБ ОБСТОЯТЕЛЬСТВАХ ДЕЛА**

№ 03-08/821

29 января 2020 года

г. Сыктывкар

**ООО «Новый**

**Книжный Центр»**

Огородный проезд, д. 20,

стр. 27, пом. 14,

г. Москва, 127322

**ИП <...>**

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Комиссия, Коми УФАС России) по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

<...>,

рассмотрев дело № 011/01/14.6-383/2019 по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем <...>, ОГРНИП <...>, ИНН <...>, адрес места нахождения: <...> (далее – ИП <...>) требований пункта 1 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции),

в присутствии на заседании:

- ИП <...>,

- представителя ООО «Новый Книжный Центр» - <...>, действующего на основании доверенности от <...>;

руководствуясь статьей 48.1 Закона о защите конкуренции,

### **УСТАНОВИЛА:**

Настоящее дело возбуждено приказом Коми УФАС России от 23.07.2019 № 167 по признакам нарушения ИП <...> пункта 1 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции.

Основанием для возбуждения дела послужило заявление ООО «Новый Книжный Центр» (вх. № 2214 от 23.04.2019).

Комиссия Коми УФАС России, рассмотрев материалы дела № 011/01/14.6-383/2019 (далее - антимонопольное дело), исследовав имеющиеся доказательства, установила следующее.

**1.** В соответствии с частью 5.1 статьи 45 Закона о защите конкуренции при рассмотрении дела о нарушении антимонопольного законодательства антимонопольный орган проводит анализ состояния конкуренции в объеме, необходимом для принятия решения о наличии или об отсутствии нарушения антимонопольного законодательства.

Согласно п. 10.6 Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, утвержденного Приказом ФАС России от 28.04.2010 № 220, по делам, возбужденным по признакам нарушения статей 14.1 - 14.8 Закона о защите конкуренции, анализ состояния конкуренции на товарном рынке включает следующие этапы:

а) определение временного интервала исследования товарного рынка;

б) определение продуктовых границ товарного рынка. Определение продуктовых границ товарного рынка может производиться исходя из предмета договоров, заключаемых хозяйствующим субъектом (в том числе в отношении которого поданы в антимонопольный орган заявление, материалы) по поводу товара, предлагаемого им к продаже;

в) определение географических границ товарного рынка;

г) определение состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке, в объеме установления фактических конкурентных отношений между хозяйствующим субъектом, в действиях (бездействии) которого обнаружены признаки недобросовестной конкуренции, и хозяйствующим субъектом, которому указанными действиями (бездействием) причинены или могут быть причинены убытки либо нанесен или может быть нанесен вред его деловой репутации.

Коми УФАС России проведен анализ состояния конкуренции, по итогам

которого 07.11.2019 составлен краткий отчет (обзор), содержащий следующие выводы.

## 1. Определение временного интервала исследования товарного рынка

Дело № 011/01/14.6-383/2019 возбуждено по признакам нарушения ИП <...> требований пункта 1 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции в связи с незаконным использованием обозначения «ЧИТАЙ ГРАД», сходного до степени смешения с товарными знаками ООО «Новый Книжный Центр», зарегистрированными за номерами 221124, 397048, путем размещения указанного обозначения на вывеске магазина по адресу: Республика Коми, г. Ухта, ул. Строительная, 2а, а также путем его использования в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а именно, на странице группы в социальной сети «ВКонтакте» ([https://vk.com/chitay\\_ukhta](https://vk.com/chitay_ukhta)), на сайте ТЦ «Ярмарка» (<http://yarmarkauhta.ru/>) и в электронном справочнике «2ГИС» (<https://2gis.ru/ukhta>).

Из материалов антимонопольного дела следует, что заявителю принадлежит сеть книжных магазинов «ЧИТАЙ-ГОРОД», включающая в себя около 450 книжных магазинов на территории РФ. Кроме того, Обществу принадлежит одноименный интернет-магазин (<https://www.chitai-gorod.ru/>).

ООО «Новый Книжный Центр» указывает, что осуществляет розничную торговлю книгами, писчебумажными и канцелярскими товарами на территории г. Ухты Республики Коми с 2011 г. Однако информация об объемах реализованных Обществом товаров на территории г. Ухты Республики Коми за 2011-2012 гг. не сохранилась. В материалы антимонопольного дела представлены сведения об объемах реализованных ООО «Новый Книжный Центр» товаров на территории г. Ухты Республики Коми за 2013-2019 гг. (отчет-выгрузка из логистической программы).

Таким образом, из имеющихся материалов усматривается, что ООО «Новый Книжный Центр» осуществляет розничную реализацию товаров на территории г. Ухты Республики Коми с 2013 г. по 2019 г.

Вместе с тем, в г. Ухте по адресу: ул. Строительная, 2а функционирует магазин «ЧИТАЙ ГРАД», принадлежащий ИП <...>.

Согласно информации из Государственного реестра прав на товарные знаки и знаки обслуживания, исключительное право заявителя на товарный знак «Читай-город» № 221124 возникло 14.01.2009 на основании договора об уступке товарного знака; исключительное право заявителя на товарный знак «ЧИТАЙ-ГОРОД» № 397048 возникло 01.09.2008 (дата регистрации – 22.12.2009).

В материалах антимонопольного дела имеется копия краткосрочного договора аренды № 236 от 01.01.2016, в соответствии с которым ИП <...> предоставлено во временное владение и пользование нежилое помещение по адресу: Республика Коми, г. Ухта, ул. Строительная, 2а; помещение может

использоваться арендатором исключительно для размещения магазина канцелярских товаров, книг и мультимедийных товаров под торговым названием «Читайград, 1С Мультимедия».

ИП <...> в письменных пояснениях указал, что датой начала осуществления ИП <...> деятельности в магазине «ЧИТАЙ ГРАД» является 01.01.2016; началом использования обозначения «ЧИТАЙ ГРАД» стало заключение 01.01.2016 краткосрочного договора аренды.

Из письменных пояснений ИП <...> следует, что обозначение «ЧИТАЙ ГРАД» использовалось им в качестве коммерческого обозначения; обозначение не регистрировалось в качестве товарного знака; обозначение «ЧИТАЙ ГРАД» использовалось им на вывеске магазина, в названии группы в социальной сети «ВКонтакте», в рекламе магазина и справочнике «2ГИС».

Как следует из материалов дела, указанное обозначение предпринимателем использовалось по июль 2019 г. Так, 26.06.2019 ИП <...> заключен договор с ИП <...> на замену рекламно-информационной вывески «ЧИТАЙ ГРАД». 01.07.2019 вывеска магазина заменена на новую. Новое название магазина – «Хобби и знания». Также внесены изменения в информацию, размещённую на сайте ТЦ «Ярмарка» (<http://yarmarkauhta.ru/>), и в название группы в социальной сети «ВКонтакте» (точные даты внесения изменений ИП <...> не зафиксированы). 09.07.2019 внесены изменения в информацию, содержащуюся в электронном справочнике «2ГИС» (<https://2gis.ru/ukhta>).

Учитывая изложенное, временной интервал настоящего исследования определён периодом с 01 января 2016 г. по июль 2019 г.

## 2. Определение продуктовых границ товарного рынка

В соответствии с данными, содержащимися в ЕГРЮЛ и ЕГРИП:

- основным видом деятельности ООО «Новый Книжный Центр» является торговля розничная по почте или по информационно-коммуникационной сети Интернет; одним из дополнительных видов деятельности ООО «Новый Книжный Центр» является аренда интеллектуальной собственности и подобной продукции, кроме авторских прав;

- одним из видов деятельности ИП <...> является торговля розничная книгами в специализированных магазинах.

Согласно Уставу ООО «Новый Книжный Центр» предметом деятельности Общества является, в том числе:

- торговля розничная книгами в специализированных магазинах;

- торговля розничная писчебумажными и канцелярскими товарами в специализированных магазинах;

- торговля розничная букинистическими книгами;
- торговля розничная по почте;
- торговля розничная, осуществляемая непосредственно при помощи информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Из письменных пояснений ООО «Новый Книжный Центр» следует, что в период с 2017 по 2019 гг. основными видами деятельности Общества являются:

- розничная торговля по почте и по информационно-телекоммуникационной сети Интернет (Интернет-магазин по продаже книжной, канцелярской, сувенирной и иной сопутствующей продукции);
- предоставление права использования товарных знаков № 221124 и № 397048 третьим лицам для использования их в качестве обозначения (на вывеске) сети книжных магазинов «Читай-город»;
- розничная торговля книгами в специализированных магазинах;
- розничная торговля писчебумажными и канцелярскими товарами в специализированных магазинах.

Из информации, размещенной на сайте интернет-магазина «Читай-город» (<https://www.chitai-gorod.ru/>), усматривается, что ООО «Новый Книжный Центр» осуществляет розничную продажу книг, писчебумажных и канцелярских товаров, сувениров, игр и игрушек, товаров для творчества.

Из пояснений ИП <...>, представленных в материалы дела, следует, что ИП <...> в магазине «ЧИТАЙ ГРАД» реализовывались, в том числе следующие товары: книги, писчебумажные и канцелярские товары, игры и игрушки.

Из представленных ИП <...> в материалы антимонопольного дела документов (товарных накладных) усматривается, что в рассматриваемый период ИП <...> на территории города Ухты Республики Коми фактически осуществлял, в том числе деятельность по розничной торговле книгами.

Из представленных ООО «Новый Книжный Центр» в материалы антимонопольного дела документов (интернет-заказов (товарных накладных), выписок из логистического отчета) усматривается, что в рассматриваемый период Общество на территории г. Ухты Республики Коми фактически осуществляло розничную торговлю книгами. Кроме того, в 2016 г. и в 2017 г. имелись единичные случаи реализации Обществом на рассматриваемой территории иных видов товаров: блокнотов (2 единицы товара), наклеек (1 единица товара), обложки (1 единица товара). Основным товаром, пользующимся спросом у покупателей на рассматриваемой территории и в рассматриваемый период, являлись книги.

В Общероссийский классификатор видов экономической деятельности,

утвержденный Приказом Росстандарта от 31.01.2014 № 14-ст, включен, в том числе вид деятельности 47.61 Торговля розничная книгами в специализированных магазинах (эта группировка включает розничную торговлю книгами всех видов).

Анализ материалов антимонопольного дела позволяет прийти к следующим выводам:

- ИП <...> осуществляет деятельность по розничной торговле, в том числе книгами на территории г. Ухты Республики Коми;
- ООО «Новый Книжный Центр» осуществляет, в том числе деятельность по розничной торговле книгами, в том числе на территории г. Ухты Республики Коми.

Таким образом, продуктовые границы товарного рынка включают розничную торговлю книгами.

### 3. Определение географических границ товарного рынка

Определение географических границ товарного рынка осуществлялось методом установления фактических районов продаж (местоположения приобретателей), хозяйствующих субъектов (продавцов), осуществляющих продажи на рассматриваемом товарном рынке (в предварительно определенных географических границах). Выбор данного метода обусловлен спецификой рассматриваемых товаров (не относятся к товарам повседневного потребления; нерегулярность спроса). Географические границы предварительно определены как территория г. Ухты Республики Коми.

Из материалов антимонопольного дела следует, что ИП <...> осуществляет деятельность по розничной торговле, в том числе книгами на территории г. Ухты Республики Коми.

ООО «Новый Книжный Центр» не имеет розничных магазинов на территории г. Ухты Республики Коми, однако Общество реализует указанный товар также через интернет-магазин (<https://www.chitai-gorod.ru/>), в том числе на территории г. Ухты Республики Коми.

Географические границы исследуемого товарного рынка определены территорией г. Ухты Республики Коми.

### 4. Определение состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке

Лицом, в действиях которого обнаружены признаки недобросовестной конкуренции, является ИП <...>, ОГРНИП <...>, ИНН <...>, адрес места нахождения: <...>.

Заявителем в рамках дела № 011/01/14.6-383/2019 является ООО «Новый Книжный Центр», ОГРН 1027700282763, ИНН 7710422909, адрес места нахождения: 127322, г. Москва, Огородный проезд, д. 20, стр. 27, пом. 14.

Из вышеизложенного следует вывод о том, что в состав хозяйствующих субъектов, действующих на анализируемом товарном рынке, входят ИП <...> и ООО «Новый Книжный Центр».

Таким образом, по результатам проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке розничной торговли книгами на территории г. Ухты Республики Коми установлено следующее:

- временной интервал исследования определен периодом с 01 января 2016 г. по июль 2019 г.;
- продуктовые границы товарного рынка: розничная торговля книгами;
- географические границы товарного рынка: территория г. Ухты Республики Коми;
- состав хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке: ИП <...> и ООО «Новый Книжный Центр».

**2.** ООО «Новый Книжный Центр» является правообладателем следующих товарных знаков «ЧИТАЙ-ГОРОД»:

1. словесного товарного знака «Читай-город» № 221124;
2. комбинированного товарного знака «ЧИТАЙ-ГОРОД» № 397048.

Указанные товарные знаки зарегистрированы, в том числе в отношении товаров и услуг 16 и 35 классов МКТУ (книги, иная печатная продукция, канцелярские товары и сувениры, розничная торговля, в том числе указанными товарами).

Из заявления следует, что Общество на протяжении многих лет на всей территории Российской Федерации развивает сеть книжных магазинов «ЧИТАЙ-ГОРОД». Первый магазин был открыт в 2009 г. В настоящее время сеть включает в себя около 450 книжных магазинов на территории Российской Федерации. Магазины представлены в 58 регионах (Республика Коми не входит в их число). Кроме того, Обществу принадлежит интернет-магазин (<https://www.chitai-gorod.ru/>) по продаже книг, печатной продукции и канцелярских товаров.

Заявитель указывает, что в г. Ухте по адресу: ул. Строительная, 2А функционирует магазин «ЧИТАЙ ГРАД», принадлежащий ИП <...>; указанный магазин открыт позднее даты приоритета товарных знаков «ЧИТАЙ-ГОРОД» и позже открытия магазинов сети «ЧИТАЙ-ГОРОД».

ООО «Новый Книжный Центр» полагает, что коммерческое обозначение

«ЧИТАЙ ГРАД» сходно до степени смешения с товарными знаками Общества; при этом магазин «ЧИТАЙ ГРАД» осуществляет продажу товаров, аналогичных товарам сети магазинов «ЧИТАЙ-ГОРОД», а ООО «Новый Книжный Центр» не давало своего согласия на использование в магазине «ЧИТАЙ ГРАД» товарных знаков сети книжных магазинов «ЧИТАЙ-ГОРОД».

#### **В соответствии с положениями ст. 4 Закона 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;

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;

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;

товарный рынок – сфера обращения товара (в том числе товара иностранного производства), который не может быть заменен другим товаром, или взаимозаменяемых товаров (далее – определенный товар), в границах которой (в том числе географических) исходя из экономической, технической или иной возможности либо целесообразности приобретатель может приобрести товар, и такая возможность либо целесообразность отсутствует за ее пределами;

взаимозаменяемые товары – товары, которые могут быть сравнимы по их функциональному назначению, применению, качественным и техническим характеристикам, цене и другим параметрам таким образом, что приобретатель действительно заменяет или готов заменить один товар другим при потреблении (в том числе при потреблении в производственных целях).

Для того чтобы деятельность хозяйствующего субъекта была признана недобросовестной конкуренцией в соответствии с требованиями Закона о



защите конкуренции, она должна содержать в себе следующие составляющие одновременно:

- быть направленной на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности;
- противоречить законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости;
- при этом другие субъекты предпринимательской деятельности - конкуренты могут нести убытки или может быть нанесен вред их деловой репутации.

По вопросу наличия конкурентных отношений между ООО «Новый Книжный Центр» и ИП <...> установлено следующее.

Согласно письменным пояснениям, представленным ИП <...> в материалы антимонопольного дела, ИП <...> действует исключительно в пределах следующих географических границ – Республика Коми, г. Ухта, ТЦ «Ярмарка». В подтверждение указанного ИП <...> представлена копия краткосрочного договора аренды № 236 от 01.01.2016.

ИП <...> указывает, что иные магазины, руководство деятельностью которых осуществляет ИП <...>, с одноимёнными названиями в пределах Республики Коми и Российской Федерации отсутствуют; онлайн-магазины с одноимёнными названиями предпринимателем не создавались.

ИП <...> полагает, что ООО «Новый Книжный Центр» и ИП <...> не являются хозяйствующими субъектами-конкурентами в силу того, что географические границы деятельности, а также товарные рынки, на которых осуществляют деятельность ООО «Новый Книжный Центр» и ИП <...>, не пересекаются.

ИП <...> указывает, что ООО «Новый Книжный Центр», использующее товарный знак «ЧИТАЙ-ГОРОД», не представлено в Республике Коми как в виде действующего магазина, так и в виде точки доставки онлайн-заказов; товарный знак «ЧИТАЙ-ГОРОД» не представлен в Республике Коми в г. Ухте в качестве используемого третьими лицами с правами, предоставленными правообладателем.

По мнению ИП <...>, среди товаров, реализуемых рассматриваемыми лицами, отсутствуют товары, идентичные по всем параметрам, являющиеся взаимозаменяемыми; товары, реализуемые ООО «Новый Книжный Центр» и ИП <...>, можно приобрести и у третьих лиц, и потребители не ограничены в этом.

Из материалов заявления следует, что на территории г. Ухты ООО «Новый Книжный Центр» не имеет розничных магазинов, однако ООО «Новый Книжный Центр» реализует указанные товары также через интернет-магазин (<https://www.chitai-gorod.ru/>).

ООО «Новый Книжный Центр» указывает, что ООО «Новый Книжный Центр» и ИП <...> являются конкурентами, в связи с тем, что:

- продуктовые границы товарного рынка аналогичны: розничная торговля книжной продукцией; розничная торговля канцелярскими товарами; розничная торговля сувенирами;

- географические границы товарного рынка совпадают: границы города Ухты Республики Коми, а также близлежащие города в соседних с Республикой Коми регионах.

ООО «Новый Книжный Центр» пояснило, что Общество осуществляет торговлю книгами и канцелярскими товарами, в том числе на территории города Ухты Республики Коми с 2011 г.; при этом с каждым годом стоимостные показатели реализуемых Обществом на территории г. Ухты товаров возрастают.

В качестве доказательств наличия конкуренции между ООО «Новый Книжный Центр» и ИП <...> заявителем представлено следующее:

- скриншоты страниц Интернет-сайтов <https://www.chitai-gorod.ru/> (сайт ООО «Новый Книжный Центр») и [https://vk.com/chitay\\_ukhta](https://vk.com/chitay_ukhta) (сайт ИП <...>), содержащих товары, предлагаемые ООО «Новый Книжный Центр» и ИП <...>: идентичные книги (от 17.06.2019, три наименования); различные книги для записей, блокноты; идентичные стикеры; различные блокноты «Sketch-book» из одной серии;

- скриншот страницы Интернет-сайта <https://www.chitai-gorod.ru/>, содержащей информацию о способах доставки товаров ООО «Новый Книжный Центр» в город Ухту Республики Коми: самовывоз (9 пунктов выдачи товаров), курьерская доставка, отправка посредством Почты России;

- информация об объёмах реализованных Обществом товаров на территории г. Ухты Республики Коми за 2013-2019 гг. (отчёт-выгрузка из логистической программы, товарные накладные).

Анализ документов, представленных заявителем, позволяет прийти к заключению о том, что в период с апреля 2013 г. по июнь 2019 г. стоимостные и количественные показатели товаров, реализуемых ООО «Новый Книжный Центр» на территории г. Ухты, возрастают. Так, за 9 месяцев 2013 г. зафиксировано 9 заказов, за 2014 г. – 29 заказов, за 2015 г. – 55 заказов, за 2016 г. – 123 заказа, за 2017 г. – 206 заказов, за 2018 г. – 259 заказов, за 6 месяцев 2019 года – 129 заказов.

Согласно п. 2 ст. 497 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ), ч. 1 ст. 26.1 Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» договор розничной купли-продажи может быть заключен на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием

товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и других) или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (дистанционный способ продажи товара).

Правилами продажи товаров дистанционным способом (утверждены Постановлением Правительства РФ от 27.09.2007 № 612) установлено, что продажа товаров дистанционным способом – это продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или с использованием сетей почтовой связи, сетей электросвязи, в том числе информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а также сетей связи для трансляции телеканалов и (или) радиоканалов, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.

Таким образом, продажа товара с использованием информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в том числе через интернет-магазин, является видом розничной продажи.

По мнению специалистов ФАС России, изложенному в письме от 11.10.2019 № АК/88822/19 (вх. № 4365-э от 14.10.2019), приведенные обстоятельства свидетельствуют о наличии конкурентных отношений между ответчиком – владельцем розничного магазина и заявителем – владельцем сети магазинов, осуществляющим на данном географическом рынке продажу товаров через интернет-магазин.

ФАС России указала, что оба хозяйствующих субъекта предлагают потребителю возможность приобрести товары одинакового либо сходного ассортимента, при этом сам по себе способ получения товара не может быть признан обстоятельством, исключающим взаимозаменяемость товаров. На готовность потребителя рассматривать интернет-магазин и розничный магазин как взаимозаменяемые способы получения товаров может влиять срок получения товаров из интернет-магазина на почте либо в пункте выдачи, а также соотношение цен в данных точках продаж. В случае, если, по общему правилу, срок доставки исчисляется несколькими днями (что не является препятствием для приобретения такого типа товара, как книги), а уровень цен является в целом сопоставимым, данных субъектов следует признавать конкурентами.

ИП <...> в материалы антимонопольного дела представлена письменная позиция, согласно которой товары, реализуемые ИП <...> в магазине г. Ухты, и товары, реализуемые ООО «Новый Книжный Центр» через интернет-магазин «Читай-город», не являются взаимозаменяемыми, поскольку:

- разница цен на аналогичные книги у ИП <...> и ООО «Новый Книжный Центр» как с учетом, так и без учета стоимости доставки составляет более 10 %, в связи с чем, потребитель несет значительные издержки;

- доставка на территорию г. Ухты книг, реализуемых ООО «Новый Книжный Центр» через интернет-магазин, занимает от двух недель до месяца.

По мнению ООО «Новый Книжный Центр», потребители г. Ухты в целях покупки книг могут обращаться, в том числе в интернет-магазин «Читай-город», поскольку ассортимент интернет-магазина «Читай-город» шире, чем ассортимент магазина «ЧИТАЙ ГРАД».

Заявитель считает, что ООО «Новый Книжный Центр» и ИП <...> осуществляют деятельность на одном товарном рынке; товары указанных лиц являются взаимозаменяемыми. Аргумент ИП <...> о затратах времени на поставку книг, заказанных в ООО «Новый Книжный Центр», нивелируется стоимостью книг ООО «Новый Книжный Центр» с учётом доставки, а также сроками появления в магазине ИП <...> книг по запросам потребителей. Как видно из информации, размещённой в группе магазина ИП <...> в социальной сети «ВКонтакте», запрашиваемые потребителями книги появляются в его магазине в среднем через 1,5 недели. При этом срок доставки книг, заказанных у заявителя, в среднем составляет 7 дней.

Заявителем и ответчиком в материалы антимонопольного дела представлены сравнительные таблицы цен на книги, реализуемые ИП <...>, и книги, реализуемые ООО «Новый Книжный Центр» через интернет-магазин «Читай-город».

Заявитель указывает, что в среднем стоимость товара у заявителя меньше на 56 %, чем у ответчика, в указанную разницу не включены расходы на доставку, поскольку стоимость доставки зависит от количества заказанных товаров; однако с учётом расходов на доставку, стоимость будет примерно одинаковой.

ООО «Новый Книжный Центр» пояснило, что в сети «ЧИТАЙ-ГОРОД» действует бонусная программа, при участии в которой стоимость товаров фактически снижается в связи с использованием купонов, накоплением бонусных баллов и возможностью их списания для оплаты товара.

Из материалов антимонопольного дела усматривается, что время доставки книг, реализуемых ООО «Новый Книжный Центр» через интернет-магазин «Читай-город», до потребителей, находящихся на территории г. Ухты Республики Коми, составляет в среднем от 5 до 7 дней. На стоимость доставки влияет количество заказанного товара: при увеличении количества товара в заказе увеличивается стоимость доставки. Однако, чем больше книг включается в один заказ (заказывается одновременно), тем дешевле становится доставка для потребителя из расчета на одну книгу.

ИП <...> в обоснование своих доводов об отсутствии взаимозаменяемости рассматриваемых товаров ссылается на п. 4.4 Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, утвержденного Приказом ФАС России от 28.04.2010 № 220 (далее – Порядок), согласно которому если в связи с приобретением товара, поставляемого с каких-либо территорий (от продавцов, расположенных на каких-либо территориях), приобретатель несет значительные издержки, превышающие, как правило, 10 процентов от средневзвешенной цены товара, доступного приобретателю (приобретателям) в пределах предварительно определенных географических границ рассматриваемого товарного рынка, то такие территории (продавцы) должны относиться к другим товарным рынкам.

Также ответчик ссылается на Разъяснение ФАС России № 17 «Об отдельных вопросах анализа состояния конкуренции» (утв. протоколом Президиума ФАС России от 10.04.2019 № 3), в котором указано, что при определении территорий, входящих в географические границы рассматриваемого товарного рынка необходимо исходить из того, что если в связи с приобретением товара, поставляемого с каких-либо территорий (от продавцов, расположенных на каких-либо территориях), приобретатель несет значительные издержки, превышающие, как правило, 10% от средневзвешенной цены товара, доступного приобретателю (приобретателям) в пределах предварительно определенных географических границ рассматриваемого товарного рынка, то такие территории (продавцы) должны относиться к другим товарным рынкам (пункт 4.4 Порядка), если при этом антимонопольный орган не располагает информацией о том, что такое приобретение имело или имеет место, а также если такая информация не представлена хозяйствующим субъектом.

Вместе с тем, вышеприведенная норма Порядка касается процедуры определения географических, а не продуктовых границ товарного рынка.

Как указала ФАС России в Разъяснении № 17 «Об отдельных вопросах анализа состояния конкуренции», данный принцип можно использовать в качестве одного из методов определения географических границ товарного рынка.

Пунктом 3.7 Порядка установлено, что определение взаимозаменяемых товаров в соответствии со статьей 4 Закона о защите конкуренции основывается на фактической замене товаров приобретателем или готовности приобретателя заменить один товар другим при потреблении (в том числе при потреблении в производственных целях), учитывая их функциональное назначение, применение, качественные и технические характеристики, цену и другие параметры. Товары не относятся к взаимозаменяемым, если для замены товара другим товаром в процессе потребления требуется более года или в связи с заменой приобретатель товара несет значительные издержки (превышающие, как правило, 10 процентов от цены товара), и если при этом антимонопольный орган не

располагает информацией о том, что такая замена имела или имеет место, а также если такая информация не представлена хозяйствующим субъектом.

В силу подпункта б) пункта 10.6 Порядка определение продуктовых границ товарного рынка может производиться исходя из предмета договоров, заключаемых хозяйствующим субъектом (в том числе в отношении которого поданы в антимонопольный орган заявления, материалы) по поводу товара, предлагаемого им к продаже.

Норма, изложенная в подпункте б) пункта 10.6 Порядка, является специальной по отношению к норме, содержащейся в пункте 3.7 Порядка.

Продуктовые границы товарного рынка, на котором осуществляют деятельность ООО «Новый Книжный Центр» и ИП <...>, определены Коми УФАС России исходя из предмета договоров, заключаемых хозяйствующими субъектами по поводу предлагаемых к продаже товаров. Таким образом, разница в цене, по которой указанные хозяйствующие субъекты реализуют спорную продукцию, не влияет на факт установления конкурентных отношений между ООО «Новый Книжный Центр» и ИП <...>.

Довод ответчика о том, что разница в цене рассматриваемых товаров превышает 10 процентов и такие товары не могут быть признаны взаимозаменяемыми для потребителя и, следовательно, конкурентными, Комиссией отклоняется в связи с тем, что законодатель не определяет возможность для потребителя заменить один товар другим как относительную. Для установления взаимозаменяемости товаров достаточно установить лишь само наличие такой реальной возможности.

Данной позиции придерживается и судебная практика (например, постановление ФАС Московского округа от 15.02.2011 № КА-А40/18312-10 по делу № А40-32623/10-119-161).

В связи с чем, из имеющихся материалов усматривается, что ООО «Новый Книжный Центр» и ИП <...> являются хозяйствующими субъектами-конкурентами на рынке розничной торговли книгами на территории города Ухты Республики Коми.

**3.** Из материалов антимонопольного дела усматривается, что ООО «Новый Книжный Центр» использует товарные знаки по свидетельствам № 221124 и № 397048, в том числе на рынке розничной торговли книгами. Указанные товарные знаки используются Обществом следующими способами: на вывесках розничных магазинов по всей России, на фирменных бланках Общества, в объявлениях и рекламе магазинов «ЧИТАЙ-ГОРОД», на сайте интернет-магазина «ЧИТАЙ-ГОРОД», на официальных страницах интернет-магазина «ЧИТАЙ-ГОРОД» в социальных сетях, на картах лояльности сети книжных магазинов «ЧИТАЙ-ГОРОД», на подарочных картах, на фирменных пакетах, в дизайне интерьера магазинов «ЧИТАЙ-ГОРОД», на чеках, на

выставках книжной продукции и иных публичных мероприятиях, на упаковках посылок и бандеролей, в доменном имени [www.chitai-gorod.ru](http://www.chitai-gorod.ru).

Согласно ч. 1 ст. 1538 ГК РФ юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность (в том числе некоммерческие организации, которым право на осуществление такой деятельности предоставлено в соответствии с законом их учредительными документами), а также индивидуальные предприниматели могут использовать для индивидуализации принадлежащих им торговых, промышленных и других предприятий (статья 132) коммерческие обозначения, не являющиеся фирменными наименованиями и не подлежащие обязательному включению в учредительные документы и единый государственный реестр юридических лиц.

Из письменных пояснений ИП <...> следует, что обозначение «ЧИТАЙ ГРАД» использовалось им в качестве коммерческого обозначения; обозначение не регистрировалось в качестве товарного знака; дата начала использования обозначения «ЧИТАЙ ГРАД» ИП <...> не фиксировалось с помощью каких-либо юридических фактов, договор на изготовление вывески магазина не сохранился.

Как пояснил ИП <...>, обозначение «ЧИТАЙ ГРАД» использовалось им на вывеске магазина, в названии группы в социальной сети «ВКонтакте», в рекламе магазина и справочнике «2ГИС»; причиной использования в качестве названия магазина слов «ЧИТАЙ ГРАД» является субъективный выбор предпринимателя понравившегося ему словосочетания; о наличии зарегистрированных средств индивидуализации в виде словесного и комбинированного знаков «ЧИТАЙ-ГОРОД» ИП <...> известно не было; любое умышленное подражание, копирование, имитация фирменного стиля, наименования и т.д. со стороны предпринимателя исключено.

Согласно пояснениям ИП <...>, коммерческое обозначение «ЧИТАЙ ГРАД» использовалось им на товарном рынке розничной продажи аудио- и видеотехники, газет и журналов, оказания полиграфических услуг в географических границах города Ухты Республики Коми.

Вместе с тем, из материалов антимонопольного дела усматривается, что коммерческое обозначение «ЧИТАЙ ГРАД» использовалось ИП <...> также на рынке розничной торговли книгами на территории города Ухты Республики Коми.

Как следует из материалов антимонопольного дела, в настоящее время указанное обозначение предпринимателем не используется; вывеска магазина заменена на новую, внесены изменения в название группы в социальной сети «ВКонтакте», а также в информацию, размещённую на сайте ТЦ «Ярмарка» (<http://yarmarkauhta.ru/>) и в электронном справочнике «2ГИС» (<https://2gis.ru/ukhta>). Так, 26.06.2019 ИП <...> заключен договор с ИП <...> на замену рекламно-информационной вывески «ЧИТАЙ ГРАД». Новое

название магазина – «Хобби и знания».

По вопросу законности использования ИП <...> обозначения «ЧИТАЙ ГРАД» установлено следующее.

В соответствии с п. 2 ст. 1539 ГК РФ не допускается использование коммерческого обозначения, способного ввести в заблуждение относительно принадлежности предприятия определенному лицу, в частности обозначения, сходного до степени смешения с фирменным наименованием, товарным знаком или защищенным исключительным правом коммерческим обозначением, принадлежащим другому лицу, у которого соответствующее исключительное право возникло ранее.

Пунктом 6 статьи 1252 ГК РФ установлено, что если различные средства индивидуализации (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания, коммерческое обозначение) оказываются тождественными или сходными до степени смешения и в результате такого тождества или сходства могут быть введены в заблуждение потребители и (или) контрагенты, преимущество имеет средство индивидуализации, исключительное право на которое возникло ранее, либо в случаях установления конвенционного или выставочного приоритета средство индивидуализации, которое имеет более ранний приоритет. Владелец такого исключительного права в порядке, установленном настоящим Кодексом, может требовать признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку, знаку обслуживания, признания недействительным патента на промышленный образец либо полного или частичного запрета использования фирменного наименования или коммерческого обозначения. Для целей настоящего пункта под частичным запретом использования в отношении коммерческого обозначения понимается запрет его использования в пределах определенной территории и (или) в определенных видах деятельности.

В силу п. 1 ст. 1491 ГК РФ исключительное право на товарный знак действует в течение десяти лет с даты подачи заявки на государственную регистрацию товарного знака в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности либо в случае регистрации товарного знака по выделенной заявке с даты подачи первоначальной заявки.

В соответствии с п. 1 ст. 1494 ГК РФ приоритет товарного знака устанавливается по дате подачи заявки на товарный знак в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности.

Согласно информации из Государственного реестра прав на товарные знаки и знаки обслуживания, исключительное право заявителя на товарный знак «Читай-город» № 221124 возникло 14.01.2009 на основании договора об уступке товарного знака; исключительное право заявителя на товарный знак «ЧИТАЙ-ГОРОД» № 397048 возникло 01.09.2008 (дата регистрации – 22.12.2009).



Заявитель указывает, что предприниматель открыл свой магазин позже приоритета товарных знаков и открытия сети магазинов «ЧИТАЙ-ГОРОД».

ИП <...> в письменных пояснениях указал, что датой начала осуществления им деятельности в магазине «ЧИТАЙ ГРАД» является 01.01.2016; с указанной даты ИП <...> использует обозначение «ЧИТАЙ ГРАД».

Доказательств разработки и использования ИП <...> спорного обозначения ранее приоритета товарных знаков заявителя, предпринимателем не представлено.

Таким образом, исключительные права на товарные знаки «Читай-город» № 221124 и «ЧИТАЙ-ГОРОД» № 397048 у заявителя возникли ранее, чем исключительное право ИП <...> на коммерческое обозначение «ЧИТАЙ ГРАД».

Относительно сходства обозначений до степени смешения установлено следующее.

Пленум Верховного Суда РФ в п. 162 Постановления от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» разъяснил следующее.

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 возникнет вероятность смешения.

Для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарного знака и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров. При этом смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак.

Вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения определяется исходя из степени сходства обозначений и степени однородности товаров для указанных лиц. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров или при низкой степени однородности товаров, но тождестве (или высокой степени сходства) товарного знака и спорного обозначения.

Однородность товаров устанавливается исходя из принципиальной возможности возникновения у обычного потребителя соответствующего товара представления о принадлежности этих товаров одному производителю. При этом суд учитывает род (вид) товаров, их назначение,

вид материала, из которого они изготовлены, условия сбыта товаров, круг потребителей, взаимодополняемость или взаимозаменяемость и другие обстоятельства.

Установление сходства осуществляется судом по результатам сравнения товарного знака и обозначения (в том числе по графическому, звуковому и смысловому критериям) с учетом представленных сторонами доказательств по своему внутреннему убеждению.

Специальных знаний для установления степени сходства обозначений и однородности товаров не требуется.

При наличии соответствующих доказательств суд, определяя вероятность смешения товарного знака и спорного обозначения, оценивает и иные обстоятельства, в том числе:

- используется ли товарный знак правообладателем в отношении конкретных товаров;
- длительность и объем использования товарного знака правообладателем;
- степень известности, узнаваемости товарного знака;
- степень внимательности потребителей (зависящая в том числе от категории товаров и их цены);
- наличие у правообладателя серии товарных знаков, объединенных общим со спорным обозначением элементом.

При определении вероятности смешения также могут учитываться представленные лицами, участвующими в деле, доказательства фактического смешения обозначения и товарного знака, в том числе опросы мнения обычных потребителей соответствующего товара.

Суд учитывает влияние степени сходства обозначений, степени однородности товаров, иных обстоятельств на вероятность смешения, а не каждого из соответствующих обстоятельств друг на друга.

В пункте 13 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 13.12.2007 № 122 «Обзор практики рассмотрения арбитражными судами дел, связанных с применением законодательства об интеллектуальной собственности» указано, что вопрос о сходстве до степени смешения обозначений является вопросом факта; вопрос о сходстве до степени смешения двух словесных обозначений, применяемых на товарах истца и ответчика, может быть разрешен судом с позиции рядового потребителя и специальных знаний не требует.

Применяя по аналогии позицию Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенную в п. 13 Информационного письма от

13.12.2007 № 122, оценив товарные знаки заявителя и коммерческое обозначение ИП Печенкина А.С. с позиции рядового потребителя, Комиссия приходит к следующим выводам.

1) Товарный знак «Читай-город» № 221124 и коммерческое обозначение «ЧИТАЙ ГРАД» не являются полностью тождественными, однако имеет место смысловое и фонетическое совпадение; графическое изображение указанных обозначений различно (разные размеры букв, цвет).

2) Товарный знак «ЧИТАЙ-ГОРОД» № 397048 и коммерческое обозначение «ЧИТАЙ ГРАД» не являются полностью тождественными, однако имеет место смысловое, фонетическое и графическое совпадение (в части размеров и расположения букв); цветовое изображение указанных обозначений различно.

3) Обозначение «ЧИТАЙ ГРАД» является сходным до степени смешения с товарными знаками по свидетельствам № 221124 и № 397048.

В соответствии с п. 3.3 Соглашения о взаимодействии Федеральной антимонопольной службы и Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (утв. ФАС РФ, Роспатентом 09.04.2010) Роспатент оказывает ФАС России и его территориальным органам содействие в проведении исследований, связанных с правовой охраной и защитой средств индивидуализации и результатов интеллектуальной деятельности, являющихся объектами патентных прав, в том числе по запросу ФАС России и его территориальных органов предоставляет справку о результатах оценки степени сходства используемых в гражданском обороте обозначений с охраняемыми средствами индивидуализации или промышленными образцами.

На основании вышеуказанного Коми УФАС России запросило у Федеральной службы по интеллектуальной собственности мотивированную письменную справку по вопросам наличия (отсутствия) сходства рассматриваемых обозначений.

Федеральным государственным бюджетным учреждением «Федеральный институт промышленной собственности» письмом № 03-07/3807 от 23.05.2019 (вх. № 3186 от 17.06.2019) представлена справка, согласно которой в результате проведенного исследования установлено, что обозначение «ЧИТАЙ ГРАД» является сходным до степени смешения с товарными знаками по свидетельствам № 221124 и № 397048, поскольку ассоциируется с ними в целом в силу фонетического, семантического сходства словесных элементов.

ИП <...> полагает, что вопрос схожести обозначения «ЧИТАЙ ГРАД» до степени смешения с товарными знаками заявителя является спорным и основан на субъективном мнении руководства ООО «Новый Книжный Центр». При этом ИП <...> указывает, что «град» и «город» являются разными словами; «град» - архаичное слово, фактически не используемое в настоящее

время в названии городов, в обиходе, в речи; «город» - распространённое общеупотребительное слово; кроме того, «град» - это вид атмосферных осадков в виде льда, единица измерения плоских углов.

Комиссия отклоняет указанный довод ИП <...>, поскольку одним из значений слова «град» является устаревшее значение «город» (С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова Толковый словарь русского языка, Т.Ф. Ефремова Новый словарь русского языка. Толково- словообразовательный). Оценив коммерческое обозначение «ЧИТАЙ ГРАД» с позиции рядового потребителя, Комиссия пришла к выводу, что в рассматриваемом случае слово «град» использовано в значении «город».

В обоснование своих доводов об отсутствии смешения ИП <...> также ссылается на различные шрифты, расположение и размеры букв в рассматриваемых обозначениях.

Комиссия отклоняет указанный довод ИП <...>, поскольку, как указано в Постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», смешение возможно, если в целом, несмотря на отдельные отличия, спорное обозначение может восприниматься указанными лицами в качестве соответствующего товарного знака или если потребитель может полагать, что обозначение используется тем же лицом или лицами, связанными с лицом, которому принадлежит товарный знак. При этом смешение возможно и при низкой степени сходства, но идентичности (или близости) товаров.

Кроме того, заявителем представлено заключение патентно-правовой фирмы «Информ-АДВАНС» от 17.06.2019, согласно которому обозначение «ЧИТАЙ ГРАД», использовавшееся ИП <...>, и зарегистрированные товарные знаки по свидетельствам № 221124 и № 397048 совпадают практически по всем признакам сходства, что позволяет сделать вывод о том, что сходство сравниваемых обозначений близко к тождественному. В связи с чем, как указано в заключении, потребитель может воспринимать обозначение «ЧИТАЙ ГРАД» за обозначение «ЧИТАЙ-ГОРОД» и может быть введён в заблуждение относительно производителя товаров и источника оказываемых услуг в связи с предположением того, что оба обозначения принадлежат одному и тому же лицу.

Заявителем приложены копии обращений клиентов от 13.03.2019 и от 20.06.2019. Из указанных обращений усматривается, что среди потребителей возникают случаи смешения Ухтинского магазина «ЧИТАЙ ГРАД» с сетью магазинов заявителя.

ИП <...> указывает, что сообщения отдельных потребителей не являются подтверждением введения потребителей в заблуждение, так как мнение отдельного потребителя основано на субъективном суждении; для подтверждения наличия у потребителей стойкой ассоциации между двумя

магазинами необходимо проведение социологического исследования.

Комиссия отклоняет указанный довод ИП <...> на том основании, что для установления факта нарушения достаточно опасности, а не реального смешения товарных знаков и спорного обозначения обычными потребителями соответствующих товаров. Представленные в материалы антимонопольного дела обращения потребителей подтверждают возможность введения их в заблуждение в связи с идентификацией товара ответчика как принадлежащего другому продавцу - ООО «Новый Книжный Центр».

В материалы антимонопольного дела заявителем представлены доказательства того, что используемые ООО «Новый Книжный Центр» товарные знаки по свидетельствам № 221124 и № 397048 приобрели широкую известность на территории России, в том числе Республики Коми:

- аналитический отчёт ООО «Институт социального маркетинга» от ноября 2018 г. «Определение позиций сети книжных магазинов «ЧИТАЙ-ГОРОД» на российском розничном рынке среди книготорговых сетей России;
- сведения Интернет-сайтов о работе книжной сети «ЧИТАЙ-ГОРОД», в том числе о проведении в 2017 г. в Республике Коми акции «Читай-страна», одним из организаторов которой являлась сеть магазинов «ЧИТАЙ-ГОРОД»;
- отраслевой доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям «Книжный рынок России» от 2019 г.;
- сведения о получении сетью «ЧИТАЙ-ГОРОД» на протяжении нескольких лет подряд (2017-2019) премии Retailer of the Year в номинации «Лучший сетевой магазин России» и «Лучший интернет-магазин России» в категории «Книги»;
- договор № ДИ 1511/01 от 15.11.2010 на разработку Интернет-сайта «Читай-город»;
- документы, подтверждающие розничную продажу книг потребителям, в том числе проживающим на территории города Ухты Республики Коми (товарные накладные, выписки из логистических отчетов).

Из материалов антимонопольного дела усматривается, что продолжительное использование заявителем рассматриваемых товарных знаков, в том числе активная торговля на территории города Ухты Республики Коми, свидетельствует о продвижении оказываемых им услуг на соответствующем товарном рынке, о наращивании интереса к деятельности Общества со стороны потребителей.

Принимая во внимание длительность использования заявителем товарных знаков «Читай-город» и «ЧИТАЙ-ГОРОД», а также представленные доказательства, Комиссия приходит к заключению, что указанные товарные знаки приобрели известность на территории Российской Федерации, в том

числе на территории города Ухты Республики Коми.

Учитывая изложенное, Комиссия приходит к выводу о наличии сходства до степени смешения товарных знаков заявителя (по свидетельствам № 221124, № 397048) и коммерческого обозначения «ЧИТАЙ ГРАД» ИП <...>. В результате такого сходства могут быть введены в заблуждение потребители, в том числе на территории города Ухты Республики Коми, и потребитель способен принять товар предпринимателя за товар заявителя.

**4.** В силу п. 1 ст. 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 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.

Использование коммерческого обозначения, способного ввести в заблуждение относительно принадлежности предприятия определенному лицу, в частности обозначения, сходного до степени смешения с товарным знаком, принадлежащим другому лицу, у которого соответствующее исключительное право возникло ранее, согласно п. 2 ст. 1539 ГК РФ не допускается.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 10.bis Конвенции по охране промышленной собственности, заключенной в Париже 20.03.1883 (далее - Парижская конвенция по охране промышленной собственности от 20.03.1883) подлежат запрету все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смешение в отношении предприятия, продуктов или промышленной или торговой деятельности конкурентов.

Согласно ч. 4 ст. 15 Конституции Российской Федерации общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры Российской Федерации являются составной частью ее правовой системы. Если международным договором Российской Федерации установлены иные правила, чем предусмотренные законом, то применяются правила международного договора.

Парижская конвенция по охране промышленной собственности от 20.03.1883 подписана от имени СССР 12.10.1967 и ратифицирована 19.09.1968.

Учитывая изложенное, из материалов антимонопольного дела усматривается незаконное использование ИП <...> обозначения «ЧИТАЙ ГРАД», сходного до степени смешения с товарными знаками ООО «Новый Книжный Центр», зарегистрированными за номерами 221124, 397048, путем размещения указанного обозначения на вывеске магазина по адресу: Республика Коми, г. Ухта, ул. Строительная, 2а, а также путем его использования в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а именно, на странице группы в социальной сети «ВКонтакте» ([https://vk.com/chitay\\_ukhta](https://vk.com/chitay_ukhta)), на сайте ТЦ «Ярмарка» (<http://yarmarkauhta.ru/>) и в электронном справочнике «2ГИС» (<https://2gis.ru/ukhta>).

Представитель ООО «Новый Книжный Центр» в ходе рассмотрения антимонопольного дела пояснил, что Общество вкладывает в развитие сети магазинов большие денежные и временные ресурсы; «ЧИТАЙ-ГОРОД» - общеизвестный товарный знак с хорошей деловой репутацией; ИП <...> использует узнаваемый бренд, в связи с чем, у потребителей складывается впечатление, что магазин в городе Ухте – это часть большой книжной сети.

Как следует из представленных в материалы антимонопольного дела обращений клиентов ООО «Новый Книжный Центр», имеют место негативные отзывы потребителей, принявших магазин ИП <...> за один из магазинов сети «ЧИТАЙ-ГОРОД».

Из материалов антимонопольного дела усматривается, что ООО «Новый Книжный Центр» имеет определенную сложившуюся деловую репутацию среди потребителей. В связи с чем, использование товарных знаков Общества при осуществлении другим лицом-конкурентом аналогичной деятельности в случае оказания им потребителям услуг более низкого качества, чем услуги, предоставляемые заявителем, может негативно отразиться на деловой репутации ООО «Новый Книжный Центр».

Комиссией в действиях ИП <...> по использованию обозначения «ЧИТАЙ ГРАД», сходного до степени смешения с товарными знаками ООО «Новый Книжный Центр», зарегистрированными за номерами 221124, 397048, путем размещения указанного обозначения на вывеске магазина по адресу: Республика Коми, г. Ухта, ул. Строительная, 2а, а также путем его использования в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а именно, на странице группы в социальной сети «ВКонтакте» ([https://vk.com/chitay\\_ukhta](https://vk.com/chitay_ukhta)), на сайте ТЦ «Ярмарка» (<http://yarmarkauhta.ru/>) и в электронном справочнике «2ГИС» (<https://2gis.ru/ukhta>), установлены следующие признаки недобросовестной конкуренции:

- противоречие законодательству Российской Федерации, а именно, п. 2 ст. 1539 ГК РФ, п. 1 ч. 3 ст. 10.bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости;
- направленность на получение преимуществ при осуществлении

предпринимательской деятельности путём снижения издержек на продвижение реализуемых предпринимателем товаров за счёт использования репутации другого хозяйствующего субъекта-конкурента, узнаваемости его товарных знаков, что способствует созданию условий для увеличения количества потребителей услуг ИП <...>;

- в результате указанных действий ИП <...> другой субъект предпринимательской деятельности – конкурент ООО «Новый Книжный Центр» может нести убытки, а также может быть нанесен вред деловой репутации конкурента.

По мнению ИП <...>, его действия не противоречат пункту 1 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции, поскольку отсутствуют доказательства причинения убытков ООО «Новый Книжный Центр» в результате деятельности ИП <...>, не представлено доказательств продажи ИП <...> товаров низкого качества, наносящей вред деловой репутации заявителя.

Комиссия отклоняет указанный довод ИП <...> на том основании, что для квалификации совершенного деяния в качестве недобросовестной конкуренции не требуется установления факта причинения убытков, достаточно возможности (вероятности) причинения убытков либо нанесения ущерба деловой репутации другого хозяйствующего субъекта (конкурента).

При таких обстоятельствах, учитывая совокупность имеющихся в деле доказательств, Комиссия считает возможным квалифицировать действия ИП <...> по пункту 1 статье 14.6 Закона о защите конкуренции.

Председатель Комиссии \_\_\_\_\_ <...>

Члены Комиссии \_\_\_\_\_ <...>

\_\_\_\_\_ <...>