

## РЕШЕНИЕ

30 июня 2014 г.

г.Кострома

Резолютивная часть решения оглашена «17» июня 2014 г.  
В полном объеме решение изготовлено «30» июня 2014 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Костромской области (далее - Костромского УФАС России) по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

Председатель Комиссии:

Ревельцев Олег Владимирович, руководитель управления

Члены Комиссии:

Торопова Екатерина Валентиновна, главный государственный инспектор отдела контроля органов власти;

Дунаев Илья Владимирович, старший государственный инспектор отдела контроля органов власти,

в отсутствие сторон – участников по делу

рассмотрев дело № 04-60/1170 по признакам нарушения Обществом с ограниченной ответственностью «Сундучок» (156013, Костромская область, Костромской район, г.Кострома, ул.Галичская, д.126Б, ИНН: 4401109789, ОГРН: 1104401005158) пункта 4 части 1 и части 2 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 г. №135-ФЗ «О защите конкуренции»,

УСТАНОВИЛА:

В Костромское УФАС России поступило заявление Открытого акционерного общества «Костромахлебпром» (далее - ОАО «Костромахлебпром») о проведении проверки в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Сундучок» (далее – ООО «Сундучок») на предмет нарушения антимонопольного законодательства.

Как следует из заявления ОАО «Костромахлебпром», в нарушение п.4 ст.14 Федерального закона от 26.07.2006 г. №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) ООО «Сундучок» разместило на фасадах принадлежащих ему торговых точек (торговых объектов/магазинов), расположенных по адресам: г.Кострома, ул.Ивана Сусанина, д.32 «А»/79; г.Кострома, ул.Советская, д.130; г.Кострома, пр-т.Мира, д.16; г.Кострома, ул.Ленина, д.106 «А»; г.Кострома, ул.Советская, д.30б; Костромская обл., г.Макарьев, пл.Революции, д.36; Костромская обл., г.Буй, ул.Комсомольская, д.24 «А», рекламные конструкции (рекламные вывески/рекламные короба) с изображением товарного знака №200605, принадлежащего ОАО «Костромахлебпром».

На размещение товарного знака №200605 на рекламных конструкциях (рекламных вывесках/рекламных коробах) указанных торговых точек (торговых объектов/магазинов), ОАО «Костромахлебпром», как правообладатель, своего разрешения не давало, с просьбой о заключении лицензионного договора ООО «Сундучок» в адрес ОАО «Костромахлебпром» не обращалось.

В отношении торговых точек (торговых объектов/магазинов), расположенных по адресам: г.Кострома, ул.Ивана Сусанина, д.32 «А»/79 и г.Кострома, пр-т.Мира, д.16, факт использования товарного знака №200605, принадлежащего ОАО «Костромахлебпром», был зафиксирован посредством осмотра рекламных

конструкций (рекламных вывесок/рекламных коробов) нотариусом и последующим составлением соответствующих протоколов.

В своем ответе (исх.№64 от 30.01.2013 г.) на запрос Костромского УФАС России, ОАО «Костромахлебпром» уточнило, что ОАО «Костромахлебпром» является филиалом Галичского ЛВЗ, производящим и реализующим свою продукцию на территории г.Костромы и Костромской области. Поставки производимой им продукции осуществляет в адрес оптовых организаций, которые, в свою очередь, реализуют алкогольную продукцию Галичского ЛВЗ в розничные магазины. Единственной торговой точкой (на момент поступления заявления), принадлежащей ОАО «Костромахлебпром» и осуществляющей розничную реализацию алкогольной продукции собственного производства, является магазин, находящийся по адресу: г.Галич, ул.Заводская, д.12.

По мнению ОАО «Костромахлебпром», ООО «Сундучок» (в лице своих торговых точек (торговых объектов/магазинов) позиционируя себя как «Фирменные магазины Галичского ЛВЗ» и незаконно используя товарный знак, принадлежащий ОАО «Костромахлебпром», получало преимущества перед другими торговыми точками (торговыми объектами/магазинами), реализующими продукцию Галичского ЛВЗ. Кроме того, в связи с небольшим количеством видов Галичской водки в общем ассортименте алкогольной продукции магазинов ООО «Сундучок», потребители были введены в заблуждение относительно производителей покупаемой алкогольной продукции.

Так же ОАО «Костромахлебпром» пояснило, что никаких договоров (соглашений и т.д.) на право использования зарегистрированного ОАО «Костромахлебпром» товарного знака №200605 (и других элементов позиционирования хозяйствующих субъектов как: «Фирменные магазины Галичского ЛВЗ») с какими-либо контрагентами не заключало, эксклюзивное право реализации своей продукции кому-либо не предоставляло (исх.№181 от 14.03.2014 г.).

Со своей стороны, ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка» (привлечено в дело в качестве ответчика определением от 14.05.2014 г.) с позицией ОАО «Костромахлебпром» не согласились, доводы ОАО «Костромахлебпром» отклонили по основаниям, изложенным в пояснениях (б/н от 23.12.2013 г., б/н от 23.12.2013 г. (вх. №300 от 27.01.2014 г.), б/н от 23.12.2014 г. (вх.№608 от 18.02.2014 г.), б/н от 17.03.2014 г. (вх.№990 от 17.03.2014 г.), б/н от 12.05.2014 г. (вх.№1965 от 13.05.2014 г.). Пояснили, что ООО «Сундучок» не использовало и не использует при осуществлении своей деятельности товарного знака, принадлежащего ОАО «Костромахлебпром». Рекламные конструкции (рекламные вывески/рекламные короба) с использованием товарного знака ОАО «Костромахлебпром» были изготовлены ООО «Самобранка» для использования в своей деятельности в 2009 – 2012 гг., которое было создано в качестве розничной сети алкогольной продукции Галичского ЛВЗ. Соглашение об использовании при производстве и реализации алкогольной продукции Галичского ЛВЗ, товарного знака, принадлежащего ОАО «Костромахлебпром», было достигнуто ООО «Самобранка» и ОАО «Костромахлебпром» в рамках сотрудничества сторон по договору №7 от 10.04.2009 г. Торговые точки (торговые объекты/магазины) по указанным в заявлении ОАО «Костромахлебпром» адресам, использовались как ООО «Сундучок», так и ООО «Самобранка» на основании договора о совместной деятельности от 14.02.2012 г. В конце 2012 года (ноябре) рекламные конструкции (рекламные вывески/рекламные короба) на всех торговых точках (торговых объектах/магазинах) ООО «Сундучок» были заменены на те, которые находятся на них в настоящее время. Именно поэтому, только в отношении двух торговых точек (торговых объектов/магазинов) на ноябрь 2012 года были зафиксированы факты

использования товарного знака, принадлежащий ОАО «Костромахлебпром». Подробно позиции сторон изложены в заявлении, дополнениях к нему, а также пояснениях, представленных в рамках дела и были поддержаны представителями сторон в отдельных заседаниях по нему.

Рассмотрев представленные в материалы дела документы и доказательства, а также иные информацию и сведения, заслушав пояснения представителей сторон, Комиссия Костромского УФАС России установила следующее.

В силу положений ст.1479 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) на территории Российской Федерации действует исключительное право на товарный знак, зарегистрированный федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности.

Согласно п.9 ст.4 Закона о защите конкуренции недобросовестная конкуренция - любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

В соответствии с чч.1, 2 ст.14 Закона о защите конкуренции не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе введение в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей (п.2); продажа, обмен или иное введение в оборот товара, если при этом незаконно использовались результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ, услуг (п.4); недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ или услуг (ч.2). Из содержания п.9 ст.4, а также пп.2, 4 ч.1 и ч.2 ст.14 Закона о защите конкуренции следует, что лицо, обратившееся в антимонопольный орган, должно доказать, что оно является правообладателем исключительных прав на определенный результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации и что указанное им в заявлении лицо незаконно, т.е. без его разрешения, использует результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации.

Следовательно, для квалификации деяния в качестве указанного правонарушения необходимо, чтобы действия хозяйствующего субъекта противоречили законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости; заключались в использовании результатов интеллектуальной деятельности другого юридического лица; эти действия должны быть направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, причинили или могли бы причинить убытки либо нанести ущерб деловой репутации хозяйствующему субъекту - правообладателю.

Материалами дела установлено, что наличие товарного знака, принадлежащего ОАО «Костромахлебпром», подтверждено свидетельством на товарный знак №200605 Российского агентства по патентам и товарным знакам. ОАО «Костромахлебпром» на основании свидетельства на товарный знак (знак обслуживания) №200605, со сроком действия регистрации 10 лет с 08.12.1999 г., является правообладателем товарного знака (знака обслуживания) – логотипа в буквенном исполнении «ГЛВЗ» (выполненного в виде графического изображения аббревиатуры «ГЛВЗ»), в отношении таких товаров (услуг), как: «33 - алкогольные

напитки (за исключением пива)».

Согласно п.3 ст.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.

Пунктом 1 ст.1229 ГК РФ, ст.1484 ГК РФ предусмотрено, что право использования товарного знака принадлежит правообладателю. Исключительное право на товарный знак может быть осуществлено для индивидуализации товаров, работ или услуг, в отношении которых товарный знак зарегистрирован, в частности путем размещения товарного знака на вывесках и в рекламе (п.2 ст.1484 ГК РФ).

Материалами дела подтверждается, что ОАО «Костромахлебпром» установило и документально зафиксировало (протоколы осмотра №44 АА 0163716 от 17.11.2012 г. и №44 АА 0163803 от 23.11.2012 г.) факт использования ООО «Сундучок» в оформлении рекламных конструкций (рекламных вывесок/рекламных коробов), эксплуатируемых им и размещенных на фасадах занимаемых торговых точек (торговых объектов/магазинов), товарного знака (знака обслуживания) №200605, зарегистрированного в установленном законом порядке и принадлежащего ОАО «Костромахлебпром».

Согласно протоколов осмотра, под размещенными на фасадах занимаемых торговых точек (торговых объектов/магазинов) по адресам: г.Кострома, ул.Ивана Сусанина, д.32 «А»/79; г.Кострома, пр-т.Мира, д.16, рекламными конструкциями (рекламными вывесками/рекламными коробами), наличествует вывеска с указанием на ООО «Сундучок», каких-либо иных указателей, свидетельствующих о том, что на месте осмотра, кроме ООО «Сундучок» находится кто-то еще, не имеется. Доказательств обратного Комиссии Костромского УФАС России не представлено.

В подтверждение вышеуказанного (нахождения по данным адресам ООО «Сундучок») выступают договора аренды (б/н от 15.02.2012 г., б/н от 06.04.2012 г.), заключенные между ООО «Сундучок» и собственниками помещений.

При этом, согласно договора об оказании услуг №02/20/12 от 20.02.2012 г., актов выполненных работ №28 от 20.02.2012 г., №31 от 25.02.2012 г., товарной накладной №31 от 25.02.2012 г., а также справки-гарантии б/н, актов выполненных работ №000075 от 26.05.2011 г., №000042 от 21.03.2011 г., доверенности №2 от 27.01.2011 г., платежного поручения №440 от 26.07.2010 г., расписки от 20.05.2010 г., вопросами заказа и размещения рекламных конструкций (рекламных вывесок/рекламных коробов) занималось ООО «Самобранка», которое так же находилось по вышеуказанным адресам - торговым точкам (торговым объектам/магазинам) (договор аренды нежилых помещений б/н от 20.05.2010 г., договор аренды №11 от 05.02.2012 г., договор аренды нежилых помещений б/н от 10.02.2012 г.) и использовало их (договор о совместной деятельности б/н от 14.02.2012 г.).

Согласно данного договора (договора о совместной деятельности б/н от 14.02.2012 г.), заключенного между ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка», ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка» осуществляют совместную торговую и маркетинговую деятельность в торговой сфере (п.1.2) и совместно используют арендуемые помещения (п.1.3).

Кроме этого, как установлено в рамках дела, и подтверждено информацией Управления территориального планирования, городских земель, градостроительства, архитектуры и муниципального имущества Администрации города Костромы (исх.№02-22исх-2/14 от 19.03.2014 г.), ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка» обращались в его адрес с заявлениями о согласовании установки

рекламной конструкции и вывески: ООО «Сундучок» о согласовании рекламной конструкции по адресу: г.Кострома, ул.Советская, д.100 – на которое дан ответ: «в связи с тем, что конструкция является вывеской, разрешения на установку рекламной конструкции не требуется»; ООО «Самобранка» о выдаче разрешения на установку информационной вывески – на которое, «выдано разрешение №025 на установку информационной вывески на фасаде здания ООО «Самобранка» по адресу: г.Кострома, ул.Советская, д.130 сроком на 5 лет».

Как следует из данной информации, ООО «Сундучок» обращалось за выдачей разрешения на установку рекламной конструкции/вывески «фирменный бар Галичские встречи», а ООО «Самобранка» - за разрешением на установку информационной вывески/светового короба: «ГАЛИЧСКИЙ ликеро-водочный завод ФИРМЕННЫЙ МАГАЗИН».

При этом разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций по адресам: г.Кострома, ул.Ивана Сусанина, д.32 «А»/79; г.Кострома, пр-т.Мира, д.16, ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка» не выдавались.

Согласно договоров аренды б/н от 29.04.2008 (2010) г., б/н от 18.06.2012 г. по адресу: г.Кострома, ул.Советская, д.130, в отношении которого было выдано разрешение на установку информационной вывески/светового короба: «ГАЛИЧСКИЙ ликеро-водочный завод ФИРМЕННЫЙ МАГАЗИН», так же находились ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка», совместно использующие его (договор о совместной деятельности б/н от 14.02.2012 г.), в качестве торговой точки (торгового объекта/магазина).

В соответствии с разъяснениями, содержащимися в п.13 Информационного письма Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 13.12.2007 г. №122 «Обзор практики рассмотрения арбитражными судами дел, связанных с применением законодательства об интеллектуальной собственности» вопрос о сходстве до степени смешения обозначений является вопросом факта и по общему правилу может быть разрешен без назначения экспертизы, с позиции рядового потребителя.

Определение понятий тождественности и сходства обозначений до степени смешения содержится в п.14.4.2 Приказа Российского агентства по патентам и товарным знакам от 05.03.2003 г. №32 «О правилах составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания», а также в Приказе Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам от 30.12.2009 г. №190 «Об утверждении Рекомендаций по применению положений Гражданского кодекса Российской Федерации, касающихся согласия правообладателя на регистрацию сходного товарного знака».

Согласно абз.6 п.14.4.2 Правил составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденных Приказом Российского агентства по патентам и товарным знакам от 05.03.2003 г. №32, обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В силу п.14.4.2.2 указанных Правил сходство словесных обозначений может быть звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим).

Перечисленные признаки могут учитываться как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

Сравнивая используемое изображение на эксплуатируемых рекламных конструкциях (рекламных вывесках/рекламных коробах), размещенных на торговых точках (торговых объектах/магазинах) с товарным знаком ОАО

«Костромахлебпром» (товарным знаком №200605), Комиссия Костромского УФАС России пришла к выводу о сходстве изобразительных обозначений как выполненных с использованием одинаковых графических элементов, о сходстве смыслового значения, совпадении внешней формы, вида и характера изображений и т.д. Каких-либо оснований для переоценки данных выводов у Комиссии Костромского УФАС России не имеется.

При определении наличия сходства до степени смешения товарного знака, принадлежащего ОАО «Костромахлебпром», с графическим дизайном оформления - композиционным построением изобразительных элементов рекламных конструкций (рекламных вывесок/рекламных коробов), в т.ч. изготовленных по заказу ООО «Самобранка», размещенных и эксплуатируемых им совместно с ООО «Сундучок» на фасадах занимаемых торговых точек (торговых объектов/магазинов), необходимо отметить графическое (визуальное) сходство изображения товарного знака №200605 и изображения использованного в оформлении рекламных конструкций (рекламных вывесок/рекламных коробов) в совокупности с местом его расположения на рекламных конструкциях (рекламных вывесках/рекламных коробах) и текстовым их содержанием: «Фирменный магазин Галичского ЛВЗ», «ГАЛИЧСКИЙ ликеро-водочный завод ФИРМЕННЫЙ МАГАЗИН», указывающим на место происхождения товара/продукции, а так же производителя.

В силу п.п.14 п.1 ст.1225 ГК РФ фирменное наименование является средством индивидуализации юридического лица и приравнивается к результатам интеллектуальной деятельности (интеллектуальной собственности), которым предоставляется правовая охрана.

В соответствии с п.1 ст.1474 ГК РФ юридическому лицу принадлежит исключительное право использования своего фирменного наименования в качестве средства индивидуализации любым не противоречащим закону способом (исключительное право на фирменное наименование), в том числе путем его указания на вывесках, бланках, в счетах и иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках.

В силу положений п.3 ст.1474 ГК РФ использование юридическим лицом фирменного наименования, тождественного фирменному наименованию другого юридического лица или сходного с ним до степени смешения, не допускается, если указанные юридические лица осуществляют аналогичную деятельность и фирменное наименование второго юридического лица было включено в Единый государственный реестр юридических лиц ранее, чем фирменное наименование первого юридического лица.

На основании п.4 ст.1474 ГК РФ юридическое лицо, нарушившее правила названной статьи, обязано по требованию правообладателя прекратить использование фирменного наименования, тождественного фирменному наименованию правообладателя или сходного с ним до степени смешения, в отношении видов деятельности, аналогичных видам деятельности, осуществляемым правообладателем, и возместить правообладателю причиненные убытки.

Из положений ст.1475 ГК РФ следует, что на территории Российской Федерации действует исключительное право на фирменное наименование, включенное в единый государственный реестр юридических лиц, которое возникает со дня государственной регистрации юридического лица.

Парижской конвенцией по охране промышленной собственности (ст.8) установлено, что фирменное наименование охраняется во всех странах Союза по охране промышленной собственности без обязательной подачи заявки или регистрации и независимо от того, является ли оно частью товарного знака.

Согласно ст.10-bis указанной Конвенции установлено актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах. В частности, подлежат запрету все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смешение в отношении предприятия, продуктов или промышленной или торговой деятельности конкурента. Согласно ст.1229 ГК РФ другие лица не могут использовать результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации без согласия правообладателя. Использование результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации без согласия правообладателя, как это следует из п.1 ст.1229 ГК РФ, является незаконным.

Отчуждение исключительных прав на товарные знаки возможно лишь в силу договора о передаче исключительного права (договор об уступке товарного знака), а передача права на использование товарного знака - по лицензионному договору или по договору коммерческой концессии.

В данном случае между сторонами был заключен лишь только договор №7 на производство продукции от 10.04.2009 г. Однако, как следует из положений указанного договора, он ни в какой своей части, ни в каком-либо виде, не содержит согласия ОАО «Костромахлебпром» на передачу права на использование товарного знака №200605.

С учетом вышеизложенного ссылка ООО «Самобранка» на указанный договор, как на основание использования принадлежащего ОАО «Костромахлебпром» товарного знака №200605, Комиссией Костромского УФАС России признается несостоятельной.

Содержание исключительного права на товарный знак составляет возможность правообладателя использовать его любыми не противоречащими закону способами, примерный перечень которых предусмотрен в п.2 ст.1484 ГК РФ.

Так, исключительное право на товарный знак может быть осуществлено для индивидуализации товаров, работ или услуг, в отношении которых товарный знак зарегистрирован, путем размещения товарного знака: при выполнении работ, оказании услуг; на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот; в предложениях о продаже товаров, о выполнении работ, об оказании услуг, а также в объявлениях, на вывесках и в рекламе.

Принимая во внимание тот факт, что согласно регистрационных, лицензионных и уставных документов ООО «Сундучок» (устава от 19.08.2010 г. (н/р от 20.04.2012 г.), лицензии на продажу алкогольной продукции №44МЕ 006943 от 28.05.2012 г. (рег. №1138)), ООО «Самобранка» (устава от 13.01.2009 г., лицензии на продажу алкогольной продукции №44МЕ 006047 от 06.03.2009 г. (рег.№865)) и ОАО «Костромахлебпром» (лицензии на продажу алкогольной продукции №44МЕ 005541 от 05.07.2008 г. (рег.№747)), указанные общества занимаются розничной реализацией алкогольной продукции на территории Костромской области, то таким образом, часть видов деятельности указанных хозяйствующих субъектов совпадают.

Поскольку зарегистрированный за ОАО «Костромахлебпром» товарный знак, как это следует из свидетельства №200605, зарегистрирован для: «33 - алкогольные напитки (за исключением пива)», и соответственно может использоваться при осуществлении таких видов деятельности, как производство и реализация алкогольной продукции, то ошибочного сравнения изображения, размещенного на рекламных конструкциях (рекламных вывесках/рекламных коробах) с соответствующим товарным знаком №200605, исходя из обстоятельств рассматриваемого дела (использование товарного знака без разрешения правообладателя), допущено быть не могло.

При восприятии товарного знака определяющее значение имеет графическое сходство используемых ООО «Сундучок», ООО «Самобранка» и ОАО «Костромахлебпром» изобразительных элементов (изображения товарного знака полностью или в части) их композиционного построения, место их расположения, а также влияние других элементов оформления в совокупности с общим содержанием графической и текстовой информации, доводимой до потребителя (покупателя), в результате чего она ассоциируются с определенным товаром/продукцией и/или его производителем.

В качестве товарного знака ОАО «Костромахлебпром» использовало аббревиатуру общеизвестного товаропроизводителя, широко употребляемую в соответствующей области потребления для обозначения товара/его производителя, в отношении которого был зарегистрирован товарный знак.

Психология потребителей (покупателей) под влиянием специфики рынка такова, что они готовы покупать продукты, название которых им наиболее знакомо, а сам продукт широко известен. С одной стороны, такая известность выступает своеобразным гарантом доверия со стороны потребителей (покупателей). С другой - чем известнее продукт (и, как следствие, товарный знак, которым такой продукт маркирован), тем выше интерес к нему третьих лиц, стремящихся увеличить свою прибыль за счет широкой известности чужого товарного знака и высокого спроса потребителей (потребителей) на товары, маркированные таким товарным знаком.

ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка», являясь хозяйствующими субъектами, имевшими (как и любые иные хозяйствующие субъекты) целью своей предпринимательской деятельности извлечение прибыли, осуществляя на рынке, в том числе рынке по реализации алкогольной продукции, ее предложение к продаже, продажу и продвижение (договор о совместной деятельности б/н от 14.02.2012 г.), незаконно используя (без согласия правообладателя), принадлежащий ОАО «Костромахлебпром» товарный знак, имели возможность тем самым получить преимущества при осуществлении предпринимательской деятельности в виде снижения издержек на продвижение деятельности и затрат на продвижение товаров посредством использования обозначения, сходного до степени смешения с товарным знаком ОАО «Костромахлебпром», ранее уже введенным в оборот и известным контрагентам и потребителям (привлеченных известной торговой маркой), перераспределения клиентской базы, использования деловой репутации правообладателя товарного знака, в собственных интересах.

Данные действия могли причинить убытки ОАО «Костромахлебпром» и нанести вред его деловой репутации, поскольку незаконно размещенный (используемый в оформлении) ими на рекламных конструкциях (рекламных вывесках/рекламных коробах) их торговых точек (торговых объектов/магазинов) товарный знак, схожий до степени смешения, с товарным знаком №200605, принадлежащим ОАО «Костромахлебпром», и сопровождающая его информация, используемые в своей коммерческой деятельности, являлись неточными, формировавшими мнение, что ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка» представляя в своем лице ОАО «Костромахлебпром», производят отпуск его продукции, что не соответствовало действительности и могло ввести контрагентов и потребителей в заблуждение, т.к. реализация алкогольной продукции осуществлялась лицами (ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка»), не являвшимися производителем реализуемой алкогольной продукции и не имеющим к нему (в т.ч. к ОАО «Костромахлебпром») какого-либо отношения.

Распространяя неточные сведения о себе (торговых точках (торговых объектах/магазинах)), ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка» имели возможность

получить преимущества при осуществлении предпринимательской деятельности в виде привлечения покупателей - клиентов конкурентов, у которых формировалось ошибочное мнение о продавце (производителе) товара, которые могли идентифицировать торговые точки (торговые объекты/магазины) ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка» и ОАО «Костромахлебпром», как торговые точки (торговые объекты/магазины) по продаже однородной продукции одного производителя, что по сути своей является недобросовестной конкуренцией - нарушением Закона о защите конкуренции.

По мнению Комиссии Костромского УФАС России, указанные действия ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка» были направлены на приобретение преимуществ в предпринимательской деятельности, в т.ч. таких как снижение затрат на продвижение товара, уже введенного в оборот и известного широкому кругу потребителей (покупателей продукции Галичского ЛВЗ).

Так как использование ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка» для индивидуализации своих торговых точек (торговых объектов/магазинов) спорного обозначения могло вызвать смешение реализуемой им продукции с продукцией производимой и реализуемой ОАО «Костромахлебпром» и способно было ввести в заблуждение контрагентов и потребителей в отношении места производства и производителя, а также с учетом того, что ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка» и ОАО «Костромахлебпром» осуществляли деятельность на одном товарном рынке, действия ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка» по использованию спорного обозначения, право на использование которого было зарегистрировано ОАО «Костромахлебпром» в установленном порядке, Комиссия Костромского УФАС России считает противоречащими обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности и справедливости, и, как итог, нарушающими п.2 ч.1 и ч.2 ст.14 Закона о защите конкуренции.

Кроме этого Комиссия Костромского УФАС России, руководствуясь положениями ст.1479 ГК РФ, считает не имеющим правового значения для признания ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка» нарушившими положения п.2 ч.1 и ч.2 ст.14 Закона о защите конкуренции, того факта, что ОАО «Костромахлебпром» не имеет торговых точек (торговых объектов/магазинов) там же где и ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка», поскольку исключительное право на товарный знак действует на всей территории Российской Федерации и правовая охрана товарного знака обеспечивается также на всей территории Российской Федерации, а, следовательно, действия ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка» могли причинить убытки так же и другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо могли нанести вред их деловой репутации.

Материалами дела подтверждается, что ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка» имели в своем распоряжении торговые точки (торговые объекты/магазины), которые были организованы под обозначениями «Фирменный магазин Галичского ЛВЗ», «ГАЛИЧСКИЙ ликеро-водочный завод ФИРМЕННЫЙ МАГАЗИН» - в виде рекламных конструкций (рекламных вывесок/рекламных коробов), с использованием изображения товарного знака №200605, принадлежащего ОАО «Костромахлебпром».

Основываясь на осуществленном Комиссией Костромского УФАС России сравнении обозначений рекламных конструкций (рекламных вывесок/рекламных коробов) на торговых точках (торговых объектах/магазинах) эксплуатируемых ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка», а так же товарного знака №200605, принадлежащего ОАО «Костромахлебпром», Комиссия Костромского УФАС России пришла к выводу о существующей опасности (вероятности) смешения этих обозначений в глазах (сознании) обычных потребителей (в т.ч. контрагентов),

способной ввести в заблуждение, которая позволяет предположить, создать впечатление о наличии связей или особых отношений между юридическими лицами, их использующими, а также направленности на получение преимуществ в предпринимательской деятельности, что противоречит требованиям добросовестной конкуренции.

При этом как было установлено в рамках настоящего дела и подтверждено его материалами, что доказательств законности использования товарного знака, принадлежащего ОАО «Костромахлебпром», ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка» не представлено.

Таким образом, Комиссия Костромского УФАС России считает, что материалами дела доказан факт нарушения ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка» исключительных прав ОАО «Костромахлебпром» от использования товарного знака, зарегистрированного свидетельством №200605, а также наличия действий, квалифицируемых как недобросовестная конкуренция.

В соответствии с положениями п.1 ч.1 ст.48 Закона о защите конкуренции комиссия прекращает рассмотрение дела о нарушении антимонопольного законодательства в случае добровольного устранения как самого нарушения антимонопольного законодательства, так и его последствий, лицом, совершившим такое нарушение.

В ходе рассмотрения дела, ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка» были представлены пояснения (б/н от 23.12.2013 г. (вх.№300 от 27.01.2014 г.), б/н от 23.12.2014 г. (вх.№608 от 18.02.2014 г.), б/н от 12.05.2014 г. (вх.№1965 от 13.05.2014 г.) согласно которых, размещенные и используемые на торговых точках (торговых объектах/магазинах) рекламные конструкции (рекламные вывески/рекламные короба), в которых использовалось изображение товарного знака, принадлежащего ОАО «Костромахлебпром», были заменены или изменены в конце 2012 года.

Вместе с тем, доказательства, подтверждающие данные обстоятельства дела, ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка» не были представлены Комиссии Костромского УФАС России, в связи с чем, основания для принятия антимонопольным органом решения в порядке ст.48 Закона о защите конкуренции (прекращение дела в виду добровольного устранения нарушения антимонопольного законодательства до принятия антимонопольным органом решения), отсутствуют.

В соответствии с ч.4 ст.41, п.5 ч.1 ст.49, ч.1 ст.51 Закона о защите конкуренции по результатам рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства на основании решения по делу комиссия выдает предписание, согласно которого, надлежит осуществить определенные решением действия в установленный предписанием срок.

Лицо, нарушившее исключительное право на товарный знак при выполнении работ или оказании услуг, обязано удалить товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение с материалов, которыми сопровождается выполнение таких работ или оказание услуг, в том числе с документации, рекламы, вывесок (п.3 ст.1515 ГК РФ).

Учитывая, что в материалах дела отсутствуют надлежащие доказательства о прекращении нарушения антимонопольного законодательства (доказательства проведения ООО «Сундучок» и ООО «Самобранка» замены или изменения рекламных конструкций (рекламных вывесок/рекламных коробов) размещенных на торговых точках (торговых объектах/магазинах), расположенных по адресам: г.Кострома, ул.Ивана Сусанина, д.32 «А»/79; г.Кострома, ул.Советская, д.130; г.Кострома, пр-т.Мира, д.16, Комиссия Костромского УФАС России, исследовав и

оценив представленные в материалы дела доказательства, считает возможным выдать предписание о прекращении нарушения антимонопольного законодательства.

В тоже время, Комиссия Костромского УФАС России считает необходимым указать, что факт размещения рекламных конструкций (рекламных вывесок/рекламных коробов) с использованием товарного знака №200605, принадлежащего ОАО «Костромахлебпром», на торговых точках (торговых объектах/магазинах), расположенных по адресам: г.Кострома, ул.Ленина, д.106 «А»; г.Кострома, ул.Советская, д.30б; Костромская обл., г.Макарьев, пл.Революции, д.36; Костромская обл., г.Буй, ул.Комсомольская, д.24 «А», не нашел своего подтверждения в рамках рассмотрения настоящего дела, а доказательств обратного, Комиссии Костромского УФАС России представлено не было.

Руководствуясь ст.23, ч.1 ст.39, ч.1 - 4 ст.41, ч.1 ст.49 Федерального закона от 26.07.2006 г. №135-ФЗ «О защите конкуренции»,

РЕШИЛА:

1. Признать нарушение ООО «Сундучок» (156013, Костромская область, Костромской район, г.Кострома, ул.Галичская, д.126Б, ИНН: 4401109789, ОГРН: 1104401005158) п.2 ч.1 и ч.2 ст.14 Закона о защите конкуренции, выразившегося недобросовестной конкуренции, связанной с введением в заблуждение в отношении характера, способа, места производства и производителя товара, посредством незаконного использования результатов интеллектуальной деятельности (исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции - товарного знака (знака обслуживания) №200605, принадлежащего ОАО «Костромахлебпром»).

2. Признать нарушение ООО «Самобранка» (156013, Костромская область, Костромской район, г.Кострома, ул.Галичская, д.126 б, ИНН: 4401097614, ОГРН: 1094401000231) п.2 ч.1 и ч.2 ст.14 Закона о защите конкуренции, выразившегося недобросовестной конкуренции, связанной с введением в заблуждение в отношении характера, способа, места производства и производителя товара, посредством незаконного использования результатов интеллектуальной деятельности (исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции - товарного знака (знака обслуживания) №200605, принадлежащего ОАО «Костромахлебпром»).

3. Выдать ООО «Сундучок» (156013, Костромская область, Костромской район, г.Кострома, ул.Галичская, д.126Б, ИНН: 4401109789, ОГРН: 1104401005158) предписание об устранении нарушения п.2 ч.1 и ч.2 ст.14 Закона о защите конкуренции.

4. Выдать ООО «Самобранка» (156013, Костромская область, Костромской район, г.Кострома, ул.Галичская, д.126 б, ИНН: 4401097614, ОГРН: 1094401000231) предписание об устранении нарушения п.2 ч.1 и ч.2 ст.14 Закона о защите конкуренции.

Председатель Комиссии

О.В. Ревельцев

Члены Комиссии:

Е.В. Торопова

И.В. Дунаев

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

- [reshenie\\_po\\_delu\\_no\\_04-60-1170\\_ot\\_17.06.2014\\_ooo\\_samobranka\\_ooo\\_sunduchok.doc](#)