

Комиссия Татарстанского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства (далее – Комиссия) в составе:

<...>

рассмотрев дело № 08-81/2014 возбужденное в отношении ОАО «Казанский жировой комбинат» (422610, РТ, Лаишевский район, село Усады, ул. Ласковая, д. 1 ИНН 1624004583) (далее также – Ответчик) по признакам нарушения пункта 4 части 1 статьи 14 Федерального Закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее также – Закон «О защите конкуренции»), выразившегося в незаконном использовании товарного знака, принадлежащего ООО «Маслоэкстракционный завод Юг Руси» (344037, г. Ростов-на-Дону, пл. Толстого, д. 8) (далее также – Заявитель) на основании лицензионного договора б/н от 22.04.2013 г. на право использования товарного знака по Свидетельству № 354053,

в присутствии представителя Ответчика ОАО «Казанский жировой комбинат» по доверенности <...> (доверенность № 1109 от 15.10.2013 г.), надлежащем образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела,

в присутствии представителя Заявителя ООО «Маслоэкстракционный завод Юг Руси» по доверенности <...> (доверенность № 150 от 07.04.2014 г.), надлежащем образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела,

установила:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее по тексту – Управление, Татарстанское УФАС России) через Федеральную антимонопольную службу поступило заявление ООО «Маслоэкстракционный завод Юг Руси» (344037, г. Ростов-на-Дону, пл. Толстого, д. 8) (Вх. №10415 от 19.11.2013 г.) по факту незаконного использования результата интеллектуальной деятельности, в виде товарного знака, принадлежащего заявителю.

Из содержания жалобы следует, что ООО «Маслоэкстракционный завод Юг Руси» в феврале 2012 г. обнаружило факт использования ОАО «Казанский жировой комбинат» при производстве и реализации бутылированного подсолнечного масла этикетки, представляющей собой комбинированное обозначение, содержащее центральную часть, включающую изобразительный элемент в виде цветка подсолнечника и словесное обозначения: рафинированное дезодорированное подсолнечное масло; «Милора»... и все становится вкуснее! без ГМО Богат витамином Е. В качестве подтверждения данного факта заявителем были представлены подтверждающие документы, а именно:

Копия свидетельства на товарный знак (знак обслуживания) № 225220 от 18.10.2002 г.;

Копия свидетельства на товарный знак (знак обслуживания) № 354053 от 01.07.2008 г.;

Лицензионный договор № б/н от 22.04.2013 г.;

Копия приложения к свидетельству на товарный знак (знак обслуживания) № 225220 от 26.06.2013 г.;

Копия приложения к свидетельству на товарный знак (знак обслуживания) № 354053 от 26.06.2013 г. № РД0126427;

Копия заключения патентоведческой экспертизы на предмет выявления сходства до степени смешения комбинированного товарного знака «Милора» по регистрации № 354053 дата регистрации 01.07.2008 г., этикетки подсолнечного масла «Милора» и этикетки подсолнечного масла «Миладора» от 2012 г.

ЗАО «Чернянский завод растительных масел» является правообладателем исключительных прав на комбинированный товарный знак № 354053, зарегистрированный в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания РФ 01.08.2008 г. Согласно Лицензионному договору № б/н от 22.04.2013 г. право использования товарного знака № 354053 было передано ООО «Маслоэкстракционный завод Юг Руси».

Товарный знак № 354053, принадлежащий ЗАО «Чернянский завод растительных масел», представляет собой комбинированный товарный знак, то есть состоит из словесного и изобразительного элементов. Также ЗАО «Чернянский завод растительных масел» является правообладателем отдельного товарного знака № 225220, зарегистрированного в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания РФ 18.10.2002 г., который является словесным. Право использования товарного знака № 225220 было передано ООО «Маслоэкстракционный завод Юг Руси» по Лицензионному договору № б/н от 22.04.2013 г.

Согласно вышеуказанному лицензионному договору ЗАО «Чернянский завод растительных масел» (лицензиар) предоставляет ООО «Маслоэкстракционный завод Юг Руси» (лицензиату) на срок действия лицензионного договора и за вознаграждение, уплачиваемое ООО «Маслоэкстракционный завод Юг Руси» неисключительное право на использование на территории товарных знаков по Свидетельствам РФ № 302919, № 225220, № 271536, № 354052, № 354052, № 354053, № 354054, № 359114, № 364590 в отношении всех товаров и услуг по всем классам МКТУ, для которых эти знаки зарегистрированы.

Согласно п. 4.1 данного договора, размер лицензионного вознаграждения за использование товарного знака по свидетельству №354053 составляет 474 488,00 (четыреста семьдесят четыре тысячи четыреста восемьдесят восемь) руб. 00 коп., а также НДС 18% 85 407,84 (восемьдесят пять тысяч четыреста семь) руб. 84 коп., а всего 559 895,84 (пятьсот пятьдесят девять тысяч восемьсот девять тысяч восемьсот девяносто пять) руб. 84 коп. за каждый месяц использования товарного знака. Настоящий договор заключен на весь срок действия исключительного права на товарные знаки, указанные в п. 2.1, с учетом возможного его продления.

Как следует из обращения заявителя, ОАО «Казанский жировой комбинат» принадлежит товарный знак № 306153, зарегистрированный в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания РФ 04.05.2006 г., который является исключительно словесным обозначением, представляющим собой слово «МИЛАДОРА», выполненное заглавными буквами. При этом, ОАО «Казанский жировой комбинат» использует иное написание на своей этикетке, схожее со словесным товарным знаком № 225220, принадлежащим ЗАО «Чернянский завод растительных масел» и используемым ООО «Маслоэкстракционный завод Юг Руси».

По мнению заявителя, в действиях ОАО «Казанский жировой комбинат» есть признаки недобросовестной конкуренции, а именно при реализации своей продукции, использует название «Миладора», что приводит к нарушению законных прав и интересов предпринимательской деятельности заявителя, так как согласно представленной экспертизы этикетка подсолнечного масла «Миладора» сходна до степени смешения с комбинированным товарным знаком «Милора» № 354053 по общему зрительному впечатлению.

Из заключения представленной заявителем патентоведческой экспертизы, проведенной экспертом ООО «Патентно-правовая фирма «Искона II» (Россия, Москва, 107078, Красноворотский проезд, 3-1, к. IV-18), объектом исследования которой явились комбинированный товарный знак «Милора» регистрация № 354053, этикетка подсолнечного масла «Миладора», следует, что:

Совпадают композиционное построение, сходство до степени смешения основного изобразительного элемента (единый образ), тождество описательных (словесных) элементов и сходство оригинальных названий «Милора» и «Миладора» по фонетическому и графическому признакам сходства, совпадение цвето-графического решения.

Следовательно, этикетка «Миладора» сходна в целом до степени смешения с комбинированным товарным знаком (этикетка) «Милора» рег. № 354053 по общему зрительному впечатлению.

Этикетки подсолнечного масла «Миладора» и «Милора» сходны до степени смешения по общему зрительному впечатлению.

Указанный товарный знак индивидуализирует продукцию среди остальных товаров, реализующих конкурентами. С момента регистрации данного товарного знака правообладатель ЗАО «Чернянский завод растительных масел» не давало разрешений на его использование ОАО «Казанский жировой комбинат».

В рамках рассмотрения заявления о нарушении антимонопольного законодательства, Управлением в адрес Федеральной службы по интеллектуальной собственности и товарным знакам (далее Роспатент) было направлено письмо об оказании содействия и предоставлении консультации по вопросу сходности комбинированного товарного знака «Милора» с этикеткой подсолнечного масла «Миладора».

23.01.2014 года в адрес Управления поступила Справка от Роспатента, в соответствии с которой, заведующий отделом правового обеспечения качества предоставления государственных услуг Федеральной службы по интеллектуальной собственности (Роспатент) <...> установлено, что, несмотря на фонетическое несходство словесных элементов «Миладора»/ «Милора», обозначение 1 является сходным до степени смешения с обозначением 2 и с товарным знаком по свидетельству № 354053, поскольку сравниваемые обозначения ассоциируются друг с другом в целом в силу сходного композиционного расположения словесных и изобразительных элементов, сходства изобразительных элементов в виде цветков подсолнуха и графического сходства шрифтов, буквами которых выполнены словесные элементы «Миладора»/ «Милора».

В соответствии с пунктом 4 части 1 статьи 14 Закона «О защите конкуренции», не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе 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.

Согласно части 1 статьи 39 ФЗ «О защите конкуренции», антимонопольный орган в пределах своих полномочий возбуждает и рассматривает дела о нарушении антимонопольного законодательства, принимает по результатам их рассмотрения решения и выдает предписания.

Порядок применения норм антимонопольного законодательства регламентируется главой 9 настоящего закона, а также, Административным регламентом Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по возбуждению и рассмотрению дел о нарушениях антимонопольного законодательства Российской Федерации, утвержденным Приказом ФАС России от 25.05.2012 № 339.

Согласно пункту 2 части 2 статьи 39 Закона «О защите конкуренции», пункту 3.49 Административного регламента, основанием для возбуждения и рассмотрения дел о нарушении антимонопольного законодательства являются, в том числе поступающие от юридических лиц заявления, указывающие на наличие признаков нарушения антимонопольного законодательства.

ООО «Маслоэкстракционный завод Юг Руси» и ОАО «Казанский жировой комбинат» являются хозяйствующими субъектами – конкурентами. Данные общества осуществляют деятельность на однородном товарном рынке, это производство и реализация масла, на одной и той же территории – Российская Федерация.

По итогам изучения представленных в адрес антимонопольного органа материалов и документов, 19 февраля 2014 года было возбуждено дело № 08-81/2014 по признакам нарушения ОАО «Казанский жировой комбинат(422610, РТ, Лаишевский район, село Усады, ул. Ласковая, д. 1 ИНН 1624004583) пункта 4 части 1 статьи 14 Закона «О защите конкуренции», выразившегося в незаконном использовании, сходного до степени смешения, товарного знака.

Определением о назначении дела № 08-81/2014 о нарушении антимонопольного законодательства, рассмотрение было назначено на 17 апреля 2014 года в 15 часов 30 минут.

15.04.2014 г. в адрес Управления поступили документы и сведения от ОАО «Казанский жировой комбинат» (вх. № 3863), а именно:

Копия доверенности представителя;

сведения из базы данных ФИПС в отношении товарных знаков по свидетельствам № 306153;

сведения из базы данных ФИПС в отношении товарных знаков по свидетельствам № 241937, 295963, 326652, 4196393;

фотографии масел, расположенных на полках магазинов;

копия договора № 15/07/2011 от 15.07.2011 г.;

копия приказа от 28.02.2014 года № 128;

копия устава ОАО «Казанский жировой комбинат»;

копия протокола заседания совета директоров ОАО «Казанский жировой комбинат»;

бухгалтерский баланс на 31.12.2012 г.;

отчет о финансовых результатах за январь – декабрь 2012 года;

свидетельство ОГРН;

свидетельство о постановке на учет в налоговом органе;

приказ от 17.04.2012 г.;

копия паспорта генерального директора;

список зарегистрированных лиц, на счетах которых учитывается пакет ЦБ более 1,0% от уставного капитала по состоянию на 13.03.2014 г.;

выписка из ЕГРЮЛ;

перечень лиц, входящих в одну группу с ОАО «Казанский жировой комбинат»;

копия фотографий из журналов «Пищевая промышленность».

В соответствии с письменными пояснениями ОАО «Казанский жировой комбинат» следует, что Ответчик в рамках рассмотрения настоящего дела не согласен с доводами заявителя по следующим основаниям: «дизайн этикетки «Миладора» ОАО «Казанский жировой комбинат» приобрело по договору авторского заказа №15/07/2011 от 15.07.2011 г., заключенному с <...>, согласно условиям вышеуказанного договора <...> (Автор) по заданию ОАО «Казанский жировой комбинат» (Заказчик) выполнил работы по созданию дизайна этикетки для подсолнечного масла с размещением на ней общепринятых изображений с использованием товарного знака «Миладора». В соответствии со статьей 1257 ГК РФ «автором произведения науки, литературы или искусства признается гражданин, творческим трудом которого оно создано». Согласно п. 2.2 договора «Автор обязуется создать произведение своими силами и средствами. Согласно п. 2.6 «Автор гарантирует заказчику, что на произведение, права на использование которого были переданы заказчику по акту-приему передачи, не распространяются какие-либо права третьих лиц, которые могли бы препятствовать заказчику в использовании произведения».

Таким образом, ОАО «Казанский жировой комбинат» является добросовестным приобретателем дизайна этикетки. На сегодняшний день, ОАО «Казанский жировой комбинат» является производителем подсолнечных масел, таких как «Богатое», «Ласка», «Миладора», «Чудная семечка». Кроме того, ОАО «Казанский жировой комбинат» является правообладателем комбинированного товарного

знака № 284768, дата регистрации: 23.03.2005, в дизайне этого товарного знака имеется охраняемое изображение подсолнухов. На товарном рынке РФ широко распространено среди производителей и правообладателей использование изображений подсолнухов на этикетках подсолнечных масел. Во многих из них также как и на этикетке подсолнечного масла «Миладора», подсолнухи размещены в центральной части этикетки... Согласно заключению патентоведческой экспертизы, предоставленной ЗАО «Маслоэкстракционный завод Юг Руси», которое подготовлено было патентно-правовой фирмой «Искона - II» этикетка подсолнечного масла «Миладора» сходна до степени смешения с комбинированным товарным знаком «Милора» № 354053 по общему зрительному впечатлению, совпадает композиционное построение, сходство до степени смешения основного изобразительного элемента и сходство оригинальных названий «Милора» и «Миладора». С вышеуказанными выводами ОАО «Казанский жировой комбинат» не согласно, так как композиционное построение этикеток у большинства производителей подсолнечного масла сходны, самое часто используемое изображение – это «подсолнух», оно вошло во всеобщее употребление, так как указывает на состав, кроме того, многие производители подсолнечных масел используют на этикетках одно и то же цветовое решение, а именно: это такие цвета, как желтый, коричневый, голубой и синий...».

Также в своих письменных пояснениях ответчик оспаривает полномочия на проведение исследований специалиста Роспатента <...>., таким образом, по мнению ответчика, Справка, представленная в рамках рассмотрения настоящего дела Роспатентом, не может рассматриваться в качестве доказательства нарушения антимонопольного законодательства.

При этом, ОАО «Казанский жировой комбинат» заявляет о прекращении производства и реализации масла подсолнечного рафинированного дезодорированного вымороженного «Миладора» от 28.02.2014 г., в связи с нерентабельностью производства указанного продукта, а также об уничтожении оставшихся этикетках, что подтверждается Приказом № 128 от 28.02.2014 г.

В ходе рассмотрения дела № 08-81/2014 в адрес антимонопольного органа поступило ходатайство от ОАО «Казанский жировой» о приобщении следующих материалов:

Приказ № 126 от 28.02.2014 г. о проведении инвентаризации;

Приказ № 125 о списании товарно-материальных ценностей;

Акт об утилизации от 03 марта 2014 г.;

Акт № 298 от 03.03.2014 г.;

инвентаризационная опись № 79 от 28.02.2013 г.;

инвентаризационная опись № 80 от 28.02.2014 г.

Исследовав имеющиеся материалы дела, Комиссия Татарстанского УФАС России Решением по настоящему делу от 06 августа 2014 года признала действия ОАО «Казанский жировой комбинат», актом недобросовестной конкуренции, запрещенным пунктом 4 части 1 статьи 14 Закона «О защите конкуренции», выразившегося в незаконном использовании ОАО «Казанский жировой комбинат»

товарного знака, принадлежащего ООО «Маслоэкстракционный завод Юг Руси» на основании лицензионного договора № б/н от 22.04.2013 г. на право использования товарного знака по Свидетельству № 354053.

Вместе с тем, в адрес Татарстанского УФАС России 30.09.2014 года (вх. № 10417) поступило заявление гражданина <...> о пересмотре принятого УФАС по РТ Решения по делу № 08-81/2014 от 06 августа 2014 года по вновь открывшимся обстоятельствам. Вновь открывшимися обстоятельствами <...>. указывает тот факт, что Комиссия не знала и не могла знать, что принятым Решением по делу № 08-81/2014 будут затронуты его права и законные интересы, что у него, как у автора оспариваемого дизайна, появляются денежные обязательства перед ОАО «Казанский жировой комбинат» на основании дополнительного соглашения от 15.08.2011 года к договору авторского заказа № 15/07/2011 от 15.07.2011 года.

К заявлению <...>. были приложены:

Копия Решения УФАС по РТ по делу № 08-81/2014 от 06 августа 2014 г.;

Копия Претензии ОАО «Казанский жировой комбинат»;

Копия договора авторского заказа № 15/07/2011 от 15.07.2011 г. и дополнительное соглашение к нему.

В соответствии с частями 1, 2 статьи 51.2 Федерального Закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» решение и (или) выданное на его основании предписание по делу о нарушении антимонопольного законодательства могут быть пересмотрены по новым и (или) вновь открывшимся обстоятельствам комиссией, принявшей такое решение и (или) выдавшей такое предписание, по заявлению лица, участвующего в деле, а также в случае установления комиссией предусмотренных настоящей статьей оснований для пересмотра решения и (или) предписания. Основаниями для пересмотра решения и (или) выданного на его основании предписания по делу о нарушении антимонопольного законодательства являются, в том числе, выявление обстоятельств, которые не были и не могли быть известны на момент оглашения резолютивной части решения по делу, но имеют существенное значение для правильного разрешения дела.

На момент оглашения резолютивной части решения по настоящему делу Комиссии не было известно о наличии дополнительного соглашения заключенного между гражданином <...>. и ОАО «Казанский жировой комбинат». Согласно части 2 статьи 1290 ГК РФ в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения договора авторского заказа, за которое автор несет ответственность, автор обязан возвратить заказчику аванс, а также уплатить ему неустойку, если она предусмотрена договором. При этом общий размер указанных выплат ограничен суммой реального ущерба, причиненного заказчику. Факт наличия дополнительного соглашения, регулирующего ответственность сторон договора, ранее не заявлялся участниками в ходе рассмотрения.

Таким образом, изучив заявление <...>. от 30.09.2014 года руководствуясь частью 10 статьи 51.2 Федерального Закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» Комиссией было вынесено определение о пересмотре решения по делу № 08-81/2014 от 14 октября 2014 года.

Согласно части 11 статьи 51.2 Федерального Закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» пересмотр решения и (или) выданного на его основании предписания по делу о нарушении антимонопольного законодательства осуществляется комиссией, принявшей пересматриваемое решение и (или) выдавшей пересматриваемое предписание, в порядке, установленном настоящей главой.

В рамках рассматриваемого дела 31 октября 2014 (вх. № 11751) года гражданином <...> были представлены письменные пояснения, в которых он указывает, что созданное им изображение является его авторской работой и охраняется согласно действующему законодательству и не может быть признано схожим с другими изображениями.

Также, 31 октября 2014 года ОАО «Казанский жировой комбинат» представило письменные объяснения, в которых указывается о не сходности этикеток подсолнечного масла «Миладора»/ «Милора» в связи с законным использованием Обществом зарегистрированного товарного знака № 306153. Вместе с тем, Ответчиком представлено экспертное заключение № 35-2014 от 23.10.2014 года о различительной способности подсолнухов на этикетках подсолнечного масла на примере этикетки «Милора», свидетельство № 354053, проведенное Патентным поверенным РФ <...>. (рег. № 908). Согласно которой эксперт пришел к выводам, что:

В представленной для исследования этикетке подсолнечного масла «МИЛОРА» сильным элементом является словесный элемент «МИЛОРА».

Изобразительный элемент в виде цветков подсолнуха является элементом, имеющим очевидно слабую различительную способность и не оказывающим влияние на восприятие потребителя всего обозначения (этикетки) в целом в силу следующих причин:

1. Изобразительное обозначение в виде цветка подсолнуха, используемое для индивидуализации подсолнечного масла, вызывает прямые ассоциации с используемым сырьем и представляет собой прямое указание на свойства товара, что приводит к очевидному снижению различительной способности используемого изобразительного обозначения и не способности потребителя отличить товары одного производителя от аналогичных товаров другого производителя.

2. Имеет место массовое использование изображений подсолнуха для оформления этикеток продукции подсолнечное масло, а также регистрации комбинированных товарных знаков для аналогичных товаров, что снижает различительную способность исследуемого изображения подсолнухов.

3. Используемое в этикетке цветовое сочетание желтого и голубого является наиболее часто встречающимся решением в этикетках и товарных знаках для данного вида продукции.

При этом ответчик ссылается на законное использование на этикетках подсолнечного масла «Миладора» собственного товарного знака № 306153, зарегистрированного на словесное обозначение «МИЛАДОРА».

05 ноября 2014 года от ООО «Маслоэкстракционный завод Юг Руси» поступили

ходатайство и заявление на определение о пересмотре решения по делу № 08-81/2014, в которых ООО «МЭЗ Юг Руси» просит оставить ранее принятое решение без изменения, а заявление <...>. без удовлетворения в связи подверженностью наличия действий, признаваемых актом недобросовестной конкуренции со стороны ОАО «Казанский жировой комбинат». Факты сходности до степени смешения этикетки «Миладора» с комбинированным товарным знаком «Милора», свидетельство № 354053, по мнению ООО «МЭЗ Юг Руси», были подтверждены экспертами в ранее проведенной экспертизе.

Заявитель указывает на отсутствие оснований для пересмотра Решения по делу № 08-81/2014 от 06 августа 2014 года в связи с тем, что ОАО «Казанский жировой комбинат» предоставило доказательства приобретения этикетки подсолнечного масла «Миладора» по договору авторского заказа № 15/07/2011 от 15.07.2011 г. с <...>. Заявитель не оспаривал факт приобретения дизайна этикетки, а также факт добросовестного приобретения исключительных прав на дизайн этикетки Ответчиком. Разработка и приобретение дизайна этикетки подсолнечного масла не была предметом исследования в рамках рассматриваемого дела, так как ОАО «Казанский жировой комбинат» вправе как и любой другой производитель масел использовать изображения, вошедшие во всеобщее употребление (изображение подсолнуха), применяют цветовое оформление, используемое многими производителями подсолнечных масел.

Определением об отложении рассмотрения дела № 08-81/2014 от 05 ноября 2014 года рассмотрение дела назначено на 26 ноября 2014 года. На момент рассмотрения дела в адрес Управления поступили письменные объяснения и дополнительные письменные объяснения ОАО «Казанский жировой комбинат» в которых указано, что среди Потребителей очень популярны продукты питания под брендом «Миладора» производимые ОАО «Казанский жировой комбинат». Так Обществом производится следующая линейка продукции, маркированная брендом «Миладора»:

Майонез «Миладора» с укропом 56%;

Майонез «Миладора» 4 перца 56%;

Масло «Миладора»;

Кетчуп «Миладора» томатный;

Кетчуп «Миладора» шашлычный;

Кетчуп «Миладора» острый;

Кетчуп «Миладора» лечо.

Вместе с тем отмечается, что направляя претензию ЗАО «Чернянский завод растительных масел» не предоставил Ответчику каких-либо доказательств сходности этикеток «Миладора»/ «Милора», в силу чего обращение было расценено как субъективное, необоснованное и документально не подтвержденное мнение ЗАО «Чернянский завод растительных масел».

Исследовав имеющиеся в материалах дела доказательства, заслушав мнения сторон, Комиссия Татарстанского УФАС России приходит к следующим выводам.

Понятие акта недобросовестной конкуренции отражено в статье 10.bis Конвенции по охране промышленной собственности от 20 марта 1883 года. Так, подлежат запрету все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смешение в отношении предприятия, продуктов или промышленной или торговой деятельности конкурента, ложные утверждения при осуществлении коммерческой деятельности, способные дискредитировать предприятие, продукты или промышленную или торговую деятельность конкурента, указания или утверждения, использование которых при осуществлении коммерческой деятельности может ввести общественность в заблуждение относительно характера, способа изготовления, свойств, пригодности к применению или количества товаров. В силу прямого указания пункта 16.1 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 17 февраля 2011 года № 11 «О некоторых вопросах применения Особенной части Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» положения статьи 10.bis подлежат учету при анализе вопроса о том, является ли конкретное совершенное лицом действие актом недобросовестной конкуренции.

Общественные отношения в сфере защиты конкуренции регулируются нормами статьи 14 Федерального Закона от 26.07.2006г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции». Целями настоящего Федерального закона являются обеспечение единства экономического пространства, свободного перемещения товаров, свободы экономической деятельности в Российской Федерации, защита конкуренции и создание условий для эффективного функционирования товарных рынков. В частности, указанным законом устанавливается запрет на недобросовестную конкуренцию.

Конкуренция – это соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке (пункт 7 статьи 4 ФЗ «О защите конкуренции»). Конкуренция должна носить добросовестный характер. Запрещается всякое проявление недобросовестной конкуренции.

В силу части 9 статьи 4 Закона «О защите конкуренции», под недобросовестной конкуренцией понимаются 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.

Часть 1 статьи 1225 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее по тексту – ГК РФ) относит к результатам интеллектуальной деятельности товарные знаки и знаки обслуживания, то есть обозначения, служащие для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, которые признаются исключительными правами, удостоверяемые свидетельствами на товарный знак.

Согласно норме статьи 1229 ГК РФ, гражданин или юридическое лицо, обладающие исключительным правом на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации (правообладатель), вправе

использовать такой результат или такое средство по своему усмотрению любым не противоречащим закону способом. Правообладатель может распоряжаться исключительным правом на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации (статья 1233 ГК РФ), если настоящим Кодексом не предусмотрено иное.

В соответствии с пунктом 4 части 1 статьи 14 Закона «О защите конкуренции», не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе 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.

В силу части 3 статьи 1484 Гражданского кодекса Российской Федерации 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. Следовательно, доказывать придется наличие вероятности смешения вашего обозначения/товарного знака и обозначения/товарного знака конкурента.

Определение понятий тождественности и сходства обозначений до степени смешения содержится в пункте 14.4.2 Приказа Российского агентства по патентам и товарным знакам от 5 марта 2003 года № 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 декабря 2009 года № 190 «Об утверждении Рекомендаций по применению положений Гражданского кодекса Российской Федерации, касающихся согласия правообладателя на регистрацию сходного товарного знака».

Обозначение считается тождественным с другим обозначением, если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В материалы дела представлены следующие документы, подтверждающие наличие сходства до степени смешения этикетки «Миладора» с товарным знаком «Милора» № 354053:

1) Заключение патентного поверенного.

3) Справка Роспатента, запрошенная антимонопольным органом в порядке, предусмотренном Соглашением от 9 апреля 2010 года «О взаимодействии Федеральной антимонопольной службы и Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам».

Изучив имеющиеся доказательства, комиссия приходит следующему.

Согласно сложившейся практике заключение патентного поверенного предоставляется каждой из сторон. Так, в материалы дела представлены заключения патентных поверенных не позволяющие однозначно определить

степень сходности спорной этикетки с товарным знаком. Учитывая, что патентным поверенным <...>. не исследовался вопрос различительной способности элементов оформления товарного знака № 354053 заключение, на который дано патентным поверенным <...>. Комиссия считает, что выводы экспертизы ООО «Патентно-правовая фирма «Искона-И» не могут быть единственным документом, однозначно подтверждающим сходство до степени смешения. Тем более, что в силу пункта 13 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 13 декабря 2007 года № 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 судом без назначения экспертизы с позиций рядового потребителя и специальных знаний не требует.

Комиссия также отклоняет доводы Ответчика об отсутствии полномочий на проведение исследований специалиста Роспатента <...>. По мнению ответчика, Справка, представленная в рамках рассмотрения настоящего дела Роспатентом не может рассматриваться в качестве доказательства нарушения антимонопольного законодательства. Однако Комиссия отмечает, что Справка Роспатента в качестве доказательства не принята по мотиву необоснованности, ввиду того, что Справка была предоставлена в адрес Управления до возбуждения настоящего дела в целях решения вопроса наличия, либо отсутствия в действиях ОАО «Казанский жировой комбинат» признаков нарушения антимонопольного законодательства; исследование было проведено на основании копий образцов двух черно-белых этикеток подсолнечного масла. Так, согласно статьи 44 Закона «О защите конкуренции» в случае недостаточности или отсутствия доказательств, позволяющих антимонопольному органу сделать вывод о наличии или об отсутствии признаков нарушения антимонопольного законодательства, в ходе рассмотрения заявления, антимонопольный орган для сбора и анализа дополнительных доказательств вправе продлить срок рассмотрения заявления или материалов, но не более чем на два месяца. В ходе рассмотрения заявления или материалов антимонопольный орган вправе запрашивать у коммерческих организаций и некоммерческих организаций, их должностных лиц, федеральных органов исполнительной власти, их должностных лиц, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, их должностных лиц, органов местного самоуправления, их должностных лиц, иных осуществляющих функции указанных органов или организаций, их должностных лиц, а также государственных внебюджетных фондов, их должностных лиц, физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, с соблюдением требований законодательства Российской Федерации о государственной тайне, банковской тайне, коммерческой тайне или об иной охраняемой законом тайне документы, сведения, пояснения в письменной или устной форме, связанные с обстоятельствами, изложенными в заявлении или материалах.

Иных доказательств сходности до степени смешения этикетки «Миладора» с товарным знаком «Милора» в материалы дела не предоставлено.

Для того чтобы действия хозяйствующего субъекта были признаны нарушающими исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности, необходимо доказать совершение таким субъектом целенаправленных действий по незаконному использованию результата интеллектуальной деятельности.

Вместе с тем следует отличать ситуацию, когда участник спорных правоотношений намеренно вводит других субъектов в заблуждение по определенному вопросу, от разумного, добропорядочного поведения.

Комиссией не установлено, а Заявителем не представлено доказательств совершения ОАО «Казанский жировой комбинат» целенаправленных действий на недобросовестное использование исключительных прав на комбинированный товарный знак «Милора». Доказательства введения покупателей в заблуждение в связи с введением Ответчиком в оборот подсолнечного масла с этикеткой «Миладора», которая, по мнению эксперта ООО «Патентно-правовая фирма «Искона-П», сходна до степени смешения с товарным знаком ООО «МЭЗ Юг Руси» «Милора» № 354053 не представлено. Более того, Комиссия отмечает факт использования Ответчиком принадлежащего ему товарного знака «Миладора» № 306153 в рамках предоставленных законом прав. Следует учесть, что при рассмотрении заявки на регистрацию словесного обозначения в качестве товарного знака в соответствии с пунктами 13 и 14 Приказа Роспатента от 05.03.2003 № 32 «О Правилах составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания» проводятся формальная экспертиза и экспертиза заявленного обозначения которая включает в себя (пункт 14.4.2):

поиск тождественных и сходных обозначений;

определяется степень сходства заявленного и выявленных при проведении поиска обозначений;

определяется однородность заявленных товаров товарам, для которых зарегистрированы (заявлены) выявленные тождественные или сходные товарные знаки (обозначения).

Обозначение считается тождественным с другим обозначением, если оно совпадает с ним во всех элементах.

Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Согласно пункту (14.4.2.1) поиск на тождество и сходство до степени смешения проводится среди перечисленных ниже обозначений:

товарных знаков других лиц, заявленных на регистрацию (если заявки на них не отозваны) или охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации в отношении однородных товаров и имеющих более ранний приоритет. При этом не учитываются товарные знаки, предоставление правовой охраны которым признано недействительным в соответствии со статьей 28 Закона, товарные знаки, правовая охрана которых прекращена в соответствии со статьей 29 Закона, товарные знаки, заявки на регистрацию которых признаются отозванными или отозваны соответственно на основании пунктов 4 или 5 статьи 10 Закона, а также заявки, по которым приняты решения об отказе, возможность оспаривания которых исчерпана, или заявки, по которым в адрес заявителей были направлены уведомления о невозможности регистрации товарных знаков в связи с непредставлением в установленном порядке документа, подтверждающего уплату пошлины за регистрацию товарного

знака и выдачу свидетельства на него, предусмотренной статьей 14 Закона;

товарных знаков других лиц, признанных в установленном Законом порядке общеизвестными в Российской Федерации товарными знаками в отношении однородных товаров.

Таким образом, предположение о сходности товарных знаков не основанное на объективных доказательствах противоречит факту его регистрации в соответствии с указанными Правилами в уполномоченном федеральном органе.

Согласно статьи 1229 ГК РФ, гражданин или юридическое лицо, обладающие исключительным правом на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации (правообладатель), вправе использовать такой результат или такое средство по своему усмотрению любым не противоречащим закону способом. Использование товарного знака является следствием реализации исключительного права на товарный знак путем его размещения на товарах и иным образом. Перечень возможных форм использования товарного знака представлен в подпунктах 1 - 5 части 2 статьи 1484 ГК РФ. Довод Заявителя, о том, что используется обозначение, существенно отличающееся от зарегистрированного, в данном случае является необоснованным и не подтвержденным доказательствами. Следует отметить, что использование знака в форме, существенно не отличающейся от зарегистрированной, допускается статьей 5С Парижской конвенции по охране промышленной собственности и части 2 статьи 1486 ГК РФ. Внесенные правообладателем изменения (использование черно-белого обозначения в цветном варианте отличающимся прописными буквами) является адаптацией к условиям рынка и не меняет отличительных черт самого знака. В этой связи Комиссия считает, что Ответчиком были соблюдены правовые рамки использования товарного знака в измененном виде.

По своей сути данный вид нарушения подразумевает получение конкурентных преимуществ за счет использования уже существующих результатов интеллектуальной деятельности, которые имеют определенную известность или заслужили положительную репутацию. При рассмотрении настоящего дела правовое значение имеет не просто сходство этикетки «Миладора» с товарным знаком № 354053 «Милора», используемой в хозяйственной деятельности Ответчика, а сходство до степени смешения в отношении самих товаров и торговой деятельности конкурентов. В связи с этим для целей квалификации действий как получение необоснованного преимущества Ответчиком и приносящих убыток Заявителю, необходимым условием является введение потребителя в заблуждение, влекущее возникновение у него неоправданных ассоциаций с конкретным субъектом хозяйственной деятельности и его продукцией на определенном товарном рынке в условиях конкурентной среды (при сопоставимости товаров по продуктовым и географическим границам определенного товарного рынка в значимый период времени). В рамках рассматриваемого дела важно определение возникновения у потребителей неоправданных ассоциаций продукции ОАО «Казанский жировой комбинат» с продукцией ООО «МЭЗ Юг Руси» на рынке подсолнечных масел Российской Федерации в спорный период времени.

В материалы дела не представлены доказательства, подтверждающие реализацию Ответчиком товара в упаковке, по описанию соответствующей товару Заявителя. Комиссия, изучив внешний вид товаров масло подсолнечное

«Миладора» в бутылке 1 литр, производимое ОАО «Казанский жировой комбинат», и масло подсолнечное «Милора» в бутылке 1 литр, производимое ООО «МЭЗ Юг Руси» установила, что товары различны по своему внешнему оформлению, что свидетельствует о не доказанности факта наличия целенаправленных действий Ответчика на использование результатов интеллектуальной деятельности Заявителя в целях недобросовестного продвижения своего товара, либо создания смешения с товарами конкурентов. В связи с тем, что сторонами ранее не были представлены образцы продукции, Комиссией изучены изображения продукции сторон находящиеся в свободном доступе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Различия представлены в таблице:

<p><b>Масло подсолнечное «Милора», 1 л. (ООО «МЭЗ Юг Руси»)</b></p>	<p><b>Масло подсолнечное «Миладора», 1 л. (ОАО «Казанский жировой комбинат»)</b></p>	<p><b>Вывод</b></p>
<p>Прозрачная бутылка (предположительно ПЭТ). Визуально выделяется 3 части:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Верхняя часть: изменяется от формы цилиндра с горизонтальными параллельными бороздками к конусу с сужением к горловине с симметричными вертикальными полосами (ориентировочно 34% всей бутылки). Крышка двухцветная с нанесением надписи синего цвета на белом фоне в нижней части «Милора», верхняя часть синего цвета;</li> <li>- Средняя часть: суженный цилиндр с горизонтальными параллельными бороздками (ориентировочно 21% всей бутылки)</li> <li>- Нижняя часть: цилиндр</li> </ul>	<p>Прозрачная бутылка (предположительно ПЭТ). Визуально выделяется 2 части:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Верхняя часть: изменяется от формы цилиндра с гладкой поверхностью с нанесенной по кругу этикеткой к конусу с сужением к горловине с гладкой поверхностью (ориентировочно 45% всей бутылки). Крышка одно- или двухцветная без надписей желтого, белого, бело-желтого цвета. Высота этикетки примерно равна максимальному диаметру бутылки (- 5-10%);</li> <li>- Средняя часть: цилиндр сужающийся к верху с горизонтальными параллельными бороздками (ориентировочно 55% всей бутылки).</li> <li>Максимальный диаметр бутылки составляет примерно 25% ее высоты.</li> </ul>	<p>Различия по форме и композиционному оформлению бутылки.</p> <p>Существенные отличия в размерах этикеток.</p> <p>Существенные различия в расположении элементов (этикеток).</p> <p>Различия в декоративном оформлении бутылки (бороздках).</p> <p>Различия в используемых цветах крышек и их</p>

<p>без борозд (ориентировочно 45% всей бутылки «Милора», 1 л. с нанесенной этикеткой «МЭФЮГРУСИ») по кругу. Высота этикетки более максимального диаметра бутылки (+ 10-15%).</p> <p>Максимальный диаметр бутылки составляет примерно 25% ее высоты.</p> 	<p><b>Масло подсолнечное «Миладора», 1 л.</b> (ОАО «Казанский жировой комбинат»)</p> 	<p>оформлении (наличии/отсутствии надписей) <b>Вывод</b></p> <p>Различия в технических характеристиках как абсолютная высота, ширина, угол сужения, расширения, максимальный и минимальный диаметры при визуальном осмотре изображений установить не удалось.</p>
---	---	---

Доказательством же разумного, добросовестного поведения ОАО «Казанский жировой комбинат» служит факт наличия линейки продукции под брендом «Миладора» продвигаемой ответчиком на протяжении нескольких лет с целью создания устойчивой ассоциации настоящего товарного знака у потребителя с продукцией Ответчика.

Также, согласно пояснений ОАО «Казанский жировой комбинат» производство и реализация продукции с использованием спорной этикетки прекращена в связи с нерентабельностью. В подтверждение чего Ответчиком предоставлены бухгалтерские сведения. Данный факт также свидетельствует, что со стороны Ответчика не получены конкурентные преимущества за счет использования уже существующих результатов интеллектуальной деятельности, которые имеют определенную известность или заслужили положительную репутацию.

Комиссия, рассмотрев довод Заявителя об отказе в удовлетворении заявления гражданина <...>. о пересмотре решения по вновь открывшимся обстоятельствам в связи с тем, что указанные факты были предметом рассмотрения в УФАС по РТ ранее, считает необходимым отметить следующее.

В соответствии с частью 3 статьи 1228 ГК РФ исключительное право на результат интеллектуальной деятельности, созданный творческим трудом, первоначально возникает у его автора. Это право может быть передано автором другому лицу по договору, а также может перейти к другим лицам по иным основаниям, установленным законом. Согласно статье 1288 ГК РФ по договору авторского заказа одна сторона (автор) обязуется по заказу другой стороны (заказчика) создать обусловленное договором произведение науки, литературы или искусства на материальном носителе или в иной форме. В статье 1290 ГК РФ закреплена ответственность автора в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения договора авторского заказа, за которое автор несет ответственность, автор обязан возратить заказчику аванс, а также уплатить ему неустойку, если она предусмотрена договором. При этом общий размер указанных выплат ограничен суммой реального ущерба, причиненного заказчику.

Таким образом, признание факта наличия сходности до степени смешения с комбинированным товарным знаком «Милора» № 354053 дизайна этикетки «Миладора», созданной в соответствии с договором авторского заказа № 15/07/2011 от 15.07.2011 года заключенного между ответчиком и <...>, порождает ответственность автора, закрепленную дополнительным соглашением к договору о котором Комиссии ранее не было известно.

Проанализировав условия заключенного Договора и Дополнительного соглашения к нему, принимая во внимание отсутствие у Ответчика законодательно закрепленной обязанности проведения проверки дизайна этикетки на сходность до степени смешения с результатами интеллектуальной деятельности или средствами индивидуализации имеющими правовую охрану, Комиссия приходит к выводу что данный вопрос регулируется условиями договора в частях не противоречащих действующему законодательству. Так, согласно пункта 2.2. Договора Автор обязуется создать Произведение своими силами и средствами. Пунктом 2.6. Автор гарантирует Заказчику, что на произведение, права на использование которого были переданы Заказчику по акту приема-передачи, не распространяются какие-либо права третьих лиц, которые могли бы препятствовать Заказчику в использовании Произведения.

Согласно пункту 4.3. (внесенного в Договор Дополнительным соглашением) Автор несет ответственность перед Заказчиком за нарушение прав третьих лиц при создании и использовании Произведения.

Фактически действия автора в случае признания их присвоением (заимствованием) результатов интеллектуальной деятельности третьих лиц (плагиат) по законодательству Российской Федерации могут повлечь за собой наступление уголовной ответственности в виде штрафа, обязательных работ или ареста виновного лица (ч. 1 статья 146 УК РФ). Кроме того, предусмотрены гражданско-правовые методы защиты авторского права от плагиата в виде права автора требовать возмещения убытков или выплаты компенсации (статьи 1252, 1301 ГК РФ).

Таким образом, Комиссия считает, что в рассматриваемых отношениях ответственность за соблюдение прав правообладателей лежала на Авторе дизайна этикетки. Ответчик осуществлял деятельность в пределах предоставленных прав, являясь добросовестным приобретателем по договору авторского заказа, используя дизайн, разработанный Автором, при реализации

подсолнечного масла «Миладора» не осуществлял действий, признаваемых актом недобросовестной конкуренции, так как не имела места быть недобросовестная целенаправленность.

Относительно ходатайства Заявителя об оставлении Решения по делу № 08-81/2014 от 06 августа 2014 года без изменения, а заявление <...>. без удовлетворения в соответствии с частью 8 статьи 51.2 Закона «О защите конкуренции» Комиссия считает его не подлежащим удовлетворению на основании следующих норм Закона «О защите конкуренции».

В соответствии с частями 1, 2 статьи 51.2 Федерального Закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» решение и (или) выданное на его основании предписание по делу о нарушении антимонопольного законодательства могут быть пересмотрены по новым и (или) вновь открывшимся обстоятельствам комиссией, принявшей такое решение и (или) выдавшей такое предписание, по заявлению лица, участвующего в деле, а также в случае установления комиссией предусмотренных настоящей статьей оснований для пересмотра решения и (или) предписания. Основаниями для пересмотра решения и (или) выданного на его основании предписания по делу о нарушении антимонопольного законодательства являются, в том числе, выявление обстоятельств, которые не были и не могли быть известны на момент оглашения резолютивной части решения по делу, но имеют существенное значение для правильного разрешения дела.

Согласно части 8 статьи 51.2 Закона «О защите конкуренции» по результатам рассмотрения заявления о пересмотре принятого антимонопольным органом решения и (или) выданного на его основании предписания по делу о нарушении антимонопольного законодательства по новым и (или) вновь открывшимся обстоятельствам комиссия принимает одно из следующих решений:

- 1) об удовлетворении заявления и о пересмотре решения и (или) предписания;
- 2) об отказе в удовлетворении заявления.

Однако часть 10 настоящей статьи устанавливает, что в случае принятия решения о пересмотре решения и (или) выданного на его основании предписания по делу о нарушении антимонопольного законодательства комиссия выносит определение о пересмотре решения и (или) предписания. Копии такого определения в течение трех дней со дня его вынесения направляются лицам, участвующим в деле.

Согласно части 11 статьи 51.2 Федерального Закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» пересмотр решения и (или) выданного на его основании предписания по делу о нарушении антимонопольного законодательства осуществляется комиссией, принявшей пересматриваемое решение и (или) выдавшей пересматриваемое предписание, в порядке, установленном настоящей главой. В Главе 9 Закона «О защите конкуренции» приведены нормы права, регламентирующие порядок рассмотрения дел о нарушении антимонопольного законодательства, нормы в настоящей главе не содержат ограничений по изучению доводов и материалов дела при пересмотре решения в соответствии со статьей 51.2 Закона «О защите конкуренции». Таким образом, при пересмотре решений и выданных на их основании предписаний Комиссия не ограничена доводами изложенными в заявлении, поданном в соответствии с частью 2 указанной статьи. Напротив, исходя из буквального толкования части 11

настоящей статьи и системного анализа норм права Главы 9, в частности статей 45-50 Закона «О защите конкуренции» Комиссия принимает решение только после исследования доказательств по делу о нарушении антимонопольного законодательства, изложения позиций лиц, участвующих в деле, заключений экспертов, проведения опроса лиц, располагающих сведениями о рассматриваемых комиссией обстоятельствах. Таким образом, вынесение комиссией определения о пересмотре решения не ставится в зависимость от результатов рассмотрения заявления, что исключает возможность прекращения рассмотрения дела после вынесения определения о пересмотре решения в соответствии с части 8 статьи 51.2 Закона «О защите конкуренции», исчерпывающие же основания для вынесения решения по делу установлены законодателем в статьях 48 и 49 Закона «О защите конкуренции».

Исследовав и доказательства по делу о нарушении антимонопольного законодательства № 08-81/2014 и доводы, изложенные лицами, участвующими в деле, оценив заключения экспертов о рассматриваемых обстоятельствах, Комиссия приходит к выводам о не доказанности наличия в рассматриваемых действиях ОАО «Казанский жировой комбинат» акта недобросовестной конкуренции недопустимого в соответствии с антимонопольным законодательством, а именно запрещенного пунктом 4 части 1 статьи 14 Закона «О защите конкуренции». В соответствии с частью 2 пункта 1 статьи 48 Закона «О защите конкуренции» Комиссия прекращает рассмотрение дела о нарушении антимонопольного законодательства в случае отсутствия нарушения антимонопольного законодательства в рассматриваемых комиссией действиях (бездействии).

На основании вышеизложенного, а также, руководствуясь статьей 10.bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности, частью 1 статьи 14, статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1 – 4 статьи 41, статьей 48, частью 1 статьи 49, статьей 51.2 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции»,

решила:

Прекратить рассмотрение дела, возбужденного по признакам нарушения ОАО «Казанский жировой комбинат» (422610, РТ, Лаишевский район, село Усады, ул. Ласковая, д. 1 ИНН 1624004583) пункта 4 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» на основании части 2 статье 48 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» в связи с отсутствием нарушения антимонопольного законодательства в рассматриваемых комиссией действиях (бездействии).

Основания для выдачи предписания отсутствуют.

Основания для принятия иных мер по обеспечению конкуренции отсутствуют.