

РЕШЕНИЕ

г. Сыктывкар

№ 03-07/2818

Резолютивная часть решения оглашена «27» марта 2013 г.

В полном объеме решение изготовлено «05» апреля 2013 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Комиссия, Коми УФАС России) по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства в составе: <...>, рассмотрев дело № АН 06-09/12, возбужденное по признакам нарушения Обществом с ограниченной ответственностью «АВТОСИЛА», адрес места нахождения: 167000, г. Сыктывкар, ул. Орджоникидзе, д. 73 (далее – ООО «АВТОСИЛА», Общество) требований пункта 4 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Федеральный закон «О защите конкуренции»),

в присутствии:

- индивидуального предпринимателя <...>а (далее – ИП <...> В.А.),

- представителя ИП <...>а В.А. - <...>ой, действующей на основании доверенности от 20.03.2013,

- представителя ООО «АВТОСИЛА» - <...>а, действующего на основании доверенности от 06.11.2012,

в отсутствие <...>ой, надлежащим образом извещенной о времени и месте рассмотрения дела, письмом от 25.03.2013 (вх. № 1547 от 25.03.2013) направившей ходатайство о рассмотрении дела № АН 06-09/12 в её отсутствие;

УСТАНОВИЛА:

1. Настоящее дело возбуждено Приказом Коми УФАС России № 380 от 21.09.2012 по признакам нарушения ООО «АВТОСИЛА» пункта 4 части 1 статьи 14 Федерального закона «О защите конкуренции».

Основанием для возбуждения дела послужило обращение ИП <...>а В.А. от

21.06.2012 (вх. № 3420 от 21.06.2012).

Определением о назначении дела № АН 06-09/12 о нарушении антимонопольного законодательства к рассмотрению № 03-07/8752 от 05.10.2012 к участию в деле в качестве ответчика привлечено ООО «АВТОСИЛА», в качестве заявителя – ИП <...> В.А.

Определением об отложении рассмотрения дела № 03-07/299 от 15.01.2013 к участию в рассмотрении дела № АН 06-09/12 в качестве лица, располагающего сведениями о рассматриваемых Комиссией обстоятельствах, привлечена <...> Анастасия Олеговна (далее – <...>а А.О.).

2. Комиссия, изучив материалы дела № АН 06-09/12 (далее – антимонопольное дело), пришла к нижеследующим выводам.

В соответствии с положениями ст. 4 Федерального 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.

Статьей 14 Федерального закона «О защите конкуренции» установлен запрет на недобросовестную конкуренцию.

Для того чтобы деятельность хозяйствующего субъекта была признана недобросовестной конкуренцией в соответствии с требованиями Федерального 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 могут нести убытки или может быть нанесен вред их деловой репутации.

Согласно выписке из ЕГРИП от 27.07.2012 в отношении ИП <...>а В.А., основным видом экономической деятельности ИП <...>а В.А. является торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями; дополнительным видом экономической деятельности ИП <...>а В.А. является, в том числе техническое обслуживание и ремонт легковых автомобилей.

Согласно письменным пояснениям, представленным ИП <...>ым В.А. в материалы антимонопольного дела, основными видами экономической деятельности ИП <...>а В.А. за период с 2010 г. по 2012 г. являлись, в том числе торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями, техническое обслуживание и ремонт легковых автомобилей.

Согласно выписке из ЕГРЮЛ от 24.07.2012 в отношении ООО «АВТОСИЛА», основным видом экономической деятельности Общества является торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями; дополнительными видами экономической деятельности ООО «АВТОСИЛА» являются, в том числе розничная торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями, розничная торговля автотранспортными средствами, техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств.

Согласно письменным пояснениям, представленным ООО «АВТОСИЛА» в материалы антимонопольного дела, Общество осуществляет свою деятельность в магазине «АВТОСИЛА» по адресу: г. Сыктывкар, ул. Орджоникидзе, д. 73; основным видом экономической деятельности Общества за период с 2010 г. по 2012 г. являлась торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями; дополнительными видами экономической деятельности являлись, в том числе: розничная торговля моторным топливом; техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств; розничная торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями; розничная торговля автотранспортными средствами.

Из материалов антимонопольного дела усматривается, что **ООО «АВТОСИЛА» и ИП <...> В.А. являются конкурентами** на рынке торговли автомобильными деталями, узлами и принадлежностями, а также на рынке технического обслуживания и ремонта легковых автомобилей на территории города Сыктывкара Республики Коми.

3. Согласно п. 4 ч. 1 ст. 14 Федерального закона «О защите конкуренции» не допускается 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 ч. 1 [ст. 1225 Гражданского кодекса Российской Федерации \(часть четвертая\) от 18.12.2006 № 230-ФЗ](#) (далее – ГК РФ) **коммерческие обозначения, товарные знаки и знаки обслуживания являются результатами интеллектуальной деятельности и приравненными к ним средствами индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которым предоставляется правовая охрана (интеллектуальной собственностью).**

В соответствии с 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 коммерческие обозначения, не являющиеся фирменными наименованиями и не подлежащие обязательному включению в учредительные документы и единый государственный

реестр юридических лиц.

В силу ч. 1 ст. 1539 ГК РФ правообладателю принадлежит исключительное право использования коммерческого обозначения в качестве средства индивидуализации принадлежащего ему предприятия любым не противоречащим закону способом (исключительное право на коммерческое обозначение), в том числе путем указания коммерческого обозначения на вывесках, бланках, в счетах и на иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, если такое обозначение обладает достаточными различительными признаками и его употребление правообладателем для индивидуализации своего предприятия является известным в пределах определенной территории.

В соответствии с ч. 1 ст. 1477 ГК РФ на товарный знак, то есть на обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, признается исключительное право, удостоверяемое свидетельством на товарный знак.

В силу ст. 1478 ГК РФ обладателем исключительного права на товарный знак может быть юридическое лицо или индивидуальный предприниматель.

Согласно ч.ч. 1, 2 ст. 1484 ГК РФ лицу, на имя которого зарегистрирован товарный знак (правообладателю), принадлежит исключительное право использования товарного знака в соответствии со [статьей 1229](#) настоящего Кодекса любым не противоречащим закону способом (исключительное право на товарный знак), в том числе для индивидуализации товаров, работ или услуг, в отношении которых товарный знак зарегистрирован, в частности путем размещения товарного знака:

1) на товарах, в том числе на этикетках, упаковках товаров, которые производятся, предлагаются к продаже, продаются, демонстрируются на выставках и ярмарках или иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, либо хранятся или перевозятся с этой целью, либо ввозятся на территорию Российской Федерации;

2) при выполнении работ, оказании услуг;

3) на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот;

4) в предложениях о продаже товаров, о выполнении работ, об оказании услуг, а также в объявлениях, на вывесках и в рекламе;

5) в сети «Интернет», в том числе в доменном имени и при других способах адресации.

Правообладатель может распоряжаться исключительным правом на товарный знак.

Согласно договору отчуждения авторских прав от 02.02.2006, заключенному между ООО Информационное агентство «Север» (Автор) и ИП <...>ым В.А. (Пользователь), Автор передает Пользователю на постоянной основе исключительное право на использование логотипа «АвтоЗаряд».

Таким образом, ИП <...> В.А. с 02.02.2006 является правообладателем коммерческого обозначения «АвтоЗаряд», следовательно, в силу ч. 1 ст. 1539 ГК РФ,

ему принадлежит исключительное право на указанное обозначение.

Товарный знак «АвтоЗаряд» зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации 23.01.2012, что подтверждается свидетельством на товарный знак (знак обслуживания) № 451888 (приоритет от 16.11.2010), решением от 25.11.2011 о государственной регистрации товарного знака (знака обслуживания).

Согласно указанному свидетельству правообладателем товарного знака «АвтоЗаряд» является <...>

Таким образом, ИП <...>у В.А., в силу ч. 1 ст. 1477 ГК РФ, с 16.11.2010 принадлежит исключительное право на товарный знак «АвтоЗаряд».

С учетом изложенного, материалами антимонопольного дела подтверждается наличие у ИП <...>а В.А. исключительного права на товарный знак (до 15.11.2010 - коммерческое обозначение) «АвтоЗаряд».

4. Согласно письменным пояснениям, представленным ИП <...>ым В.А. в материалы антимонопольного дела, а также пояснениям, данным им в ходе рассмотрения антимонопольного дела, обозначение «АвтоЗаряд» используется ИП <...>ым В.А. с 2006 г. на территории города Сыктывкара. При этом им ведется активная кампания по повышению узнаваемости и продвижению бренда среди покупателей.

В ходе рассмотрения антимонопольного дела представитель ИП <...>а В.А. - <...>а Н.В. пояснила, что в 2006 г., после разработки обозначения «АвтоЗаряд», были изготовлены вывески и визитные карточки с использованием указанного обозначения; с 2007 г. коммерческое обозначение «АвтоЗаряд» используется ИП <...>ым В.А. в рекламах принадлежащего ему магазина «АвтоЗаряд»; в 2008 г. был разработан Интернет-сайт магазина «АвтоЗаряд»; в августе 2011 г. был открыт второй магазин «АвтоЗаряд».

В материалах антимонопольного дела имеются следующие материалы, свидетельствующие об использовании ИП <...>ым В.А. коммерческого обозначения (товарного знака) «АвтоЗаряд»:

- копии реклам магазинов «АвтоЗаряд», размещенных в газете «Все для Вас. Авторынок» № 9 от 10.03.2010, № 11 от 24.03.2010, № 13 от 07.04.2010, № 15 от 21.04.2010, № 17 от 05.05.2010, № 19 от 19.05.2010, № 21 от 02.06.2010, № 23 от 16.06.2010, № 25 от 30.06.2010, № 27 от 14.07.2010, № 29 от 28.07.2010, № 31 от 11.08.2010, № 33 от 25.08.2010, № 35 от 08.09.2010, № 37 от 22.09.2010, № 6 от 16.02.2011, № 8 от 02.03.2011, № 10 от 16.03.2011, № 12 от 30.03.2011, № 14 от 13.04.2011, № 16 от 27.04.2011, № 18 от 11.05.2011, № 22 от 08.06.2011, № 24 от 22.06.2011, № 26 от 06.07.2011, № 29 от 27.07.2011, № 40 от 12.10.2011;

- копии реклам магазинов «АвтоЗаряд», размещенных в газете «Формула 11» № 4 (17) от 20.02.2010, № 5 (18) от 06.03.2010, № 6 (19) от 20.03.2010, № 7 (20) от 03.04.2010, № 8 (21) от 17.04.2010, № 9 (22) от 01.05.2010, № 10 (23) от 15.05.2010, № 11 (24) от 29.05.2010, № 12 (25) от 12.06.2010, № 13 (26) от 26.06.2010, № 14 (27) от 10.07.2010, № 16 (29) от 07.08.2010, № 17 (30) от 21.08.2010, № 18 (31) от 04.09.2010, № 19 (32) от 18.09.2010, № 20 (33) от 02.10.2010, № 21 (34) от 16.10.2010, № 23 (36) от 13.11.2010, № 24 (37) от 27.11.2010, № 25 (38) от 11.12.2010, № 26 (39) от 25.12.2010, № 20 (59) от

01.10.2011, № 22 (61) от 29.10.2011;

- страницы газет: «Формула 11» № 26 (65) от 26.11.2011, № 32 (101) от 11.08.2012, «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 28 (201) от 14.07.2012, «Навигатор-Коми» № 22 (649) от 25.06.2012, «Все для Вас. Авторынок» № 25 от 27.06.2012, на которых размещены рекламы магазинов «АвтоЗаряд»;

- акт осмотра Интернет-сайта <http://www.avtozaryad.ru/> от 17.07.2012;

- видеоролики реклам магазинов «АвтоЗаряд»;

- фотокопия (скрин-шот) страницы официального Интернет-сайта avtozaryad.ru, содержащей изображение товарного знака «АвтоЗаряд»;

- копии документов (договоров, актов, счетов, заявок, счетов-фактур, эфирных справок, товарных накладных), опосредующих производство, размещение и распространение ИП <...>ым В.А. реклам за 2008 г., 2010 г., 2011 г., 2012 г., в том числе наружной рекламы, рекламы в СМИ (газетах, телепрограммах, радиопрограммах);

- письма ООО «Автомедиа» от 17.08.2012 и от 06.02.2013 о размещении реклам магазинов «АвтоЗаряд» в газете «Формула 11» в период с февраля 2010 г. по август 2012 г.;

- письмо ООО «Информационное агентство «Север» от 28.01.2013 об изготовлении, в том числе в период с 2007 г. по 2010 г. дисконтных карт для магазина «АвтоЗаряд», с приложением дизайн-макетов дисконтных карт, созданных в 2006 г.;

- дисконтные карты магазинов «АвтоЗаряд»;

- журнал «Респект» № 1 от 2007 г., в котором размещена реклама магазина «АвтоЗаряд»;

- письмо ООО «Все для Вас – Сыктывкар» № 5 от 01.02.2013 о размещении ИП <...>ым В.А. реклам магазина «АвтоЗаряд» в газете «Все для Вас. Авторынок» в период с апреля по ноябрь 2008 г. и с марта 2010 г. по декабрь 2011 г.;

- письмо ООО «Алькасар Коми» № 24 от 06.08.2012 о периодичности распространения рекламных роликов «АвтоЗаряд» на телеканале НТВ за 2012 г.;

- письмо ООО «Алькасар Коми» № 5 от 06.02.2013 о размещении реклам магазинов «АвтоЗаряд» на телеканале НТВ в период с 08.11.2010 по 19.11.2010 с приложением видеороликов реклам;

- копия договора № 31-2008 от 12.08.2008, заключенного между ООО «Байтек» и ИП <...>ым В.А. на создание Интернет-сайта;

- фотографии внешнего и внутреннего оформления магазина «АвтоЗаряд», размещенные в 2010 г., 2011 г. на Интернет-сайте <http://vk.com/> на странице группы «Avto Zaryad»;

- авторский договор о передаче исключительных прав от 10.02.2008, согласно которому ИП <...>у В.А. предоставляются исключительные права на использование информационных материалов для размещения на сайте www.avtozaryad.ru;

- оригинал рекламы, размещавшейся в 2011 г. на рекламной конструкции, расположенной в г. Сыктывкаре, в районе дома № 84 по Сысольскому шоссе;

- письмо ИП <...>а В.А. от 13.02.2013 об объемах оказанных им услуг и реализованных товаров с использованием коммерческого обозначения (товарного знака) «АвтоЗаряд» в стоимостных показателях за период с 2006 г. по 2012 г.

Согласно представленным в материалы антимонопольного дела письменным пояснениям ИП <...>а В.А, товарный знак «АвтоЗаряд» приобрел широкую различительную способность на территории Республики Коми, в том числе города Сыктывкара, чему способствовали: размещение рекламы в печатных СМИ, в телепрограммах («НТВ Сыктывкар», «Юрган»), радиопрограммах («Europa plus Коми», «Авторadio», «Русское радио»), распространение наружной рекламы, участие в выставках (АвтоМотоШоу 2010, 2011, 2012), имиджевые мероприятия (ежегодный конкурс У кого круче 2010, 2011, 2012), проводимые в магазине акции, дисконтные карты магазина «АвтоЗаряд» (более 12 тысяч карт в обращении).

Кроме того, Комиссией в ходе рассмотрения антимонопольного дела изучено содержание страницы группы «Avto Zaryad», размещенной на Интернет-сайте <http://vk.com/>, в том числе фотографии магазинов «АвтоЗаряд», отзывы клиентов магазинов. В результате чего выявлено, что согласно опросу посетителей указанного сайта, проводившемуся в 2009 г. – 2011 г. на странице группы «Avto Zaryad», 78,82% (346) респондентов вполне устраивает уровень обслуживания в магазине, 10,93% (48) – не устраивает и 10,25% (45) - ни разу не были в магазине. Содержание оставленных клиентами магазина «АвтоЗаряд» отзывов, в том числе в 2009 г. также свидетельствует о наличии положительной репутации магазина у потребителей.

Таким образом, материалами антимонопольного дела подтверждается использование ИП <...>ым В.А. товарного знака (до 15.11.2010 - коммерческого обозначения) «АвтоЗаряд» для индивидуализации принадлежащих ему магазинов «АвтоЗаряд» в период с 2007 г. по 2012 г., а также приобретение указанным обозначением широкой различительной способности на территории города Сыктывкара.

5. Согласно письменной информации, представленной ИП <...>ым В.А. в материалы антимонопольного дела, в 2010 г. открылся магазин «АвтоСила», предлагающий идентичный ассортимент продукции и использующий обозначение, схожее до степени смешения с обозначением «АвтоЗаряд».

Согласно сведениям Единого государственного реестра юридических лиц, размещенным на официальном сайте Федеральной налоговой службы (<http://egrul.nalog.ru>), 19.10.2009 ИФНС России по г. Сыктывкару зарегистрировано юридическое лицо – ООО «Пирамида», которое с 29.09.2010 переименовано в ООО «АВТОСИЛА».

В материалах антимонопольного дела имеется копия решения участника ООО «Пирамида» от 21.09.2010 об изменении наименования Общества на ООО «АВТОСИЛА».

Согласно Уставу ООО «АВТОСИЛА» и выпискам из ЕГРЮЛ, полное фирменное наименование Общества – Общество с ограниченной ответственностью

«АВТОСИЛА», сокращенное фирменное наименование – ООО «АВТОСИЛА».

Таким образом, изображение «АвтоСила» не является фирменным наименованием ООО «АВТОСИЛА».

В письменных пояснениях, представленных ООО «АВТОСИЛА» в материалы антимонопольного дела, Общество указало, что обозначение «АвтоСила» является коммерческим обозначением, используемым ООО «АВТОСИЛА» для индивидуализации своей предпринимательской деятельности и не является товарным знаком. Указанное коммерческое обозначение было создано в начале 2010 г. учредителем ООО «АВТОСИЛА» <...>ем А.В. и используется Обществом с февраля 2010 г. С момента открытия магазина по адресу: г. Сыктывкар, ул. Орджоникидзе, д. 73 в 2010 г. ООО «АВТОСИЛА» начало активную кампанию по рекламированию своего магазина, в том числе с использованием коммерческого обозначения «АвтоСила». Рекламные материалы размещались непосредственно около магазина и на территории всего г. Сыктывкара, а также в СМИ.

В материалах антимонопольного дела имеется копия договора аренды нежилого помещения от 01.03.2012, заключенного между ИП <...>ем А.В. и ООО «АВТОСИЛА», согласно которому ИП <...>ь А.В. предоставляет Обществу во временное пользование нежилые помещения по адресу: г. Сыктывкар, ул. Орджоникидзе, д. 73 для размещения торговой точки.

В материалах антимонопольного дела имеются следующие материалы, свидетельствующие об использовании ООО «АВТОСИЛА» коммерческого обозначения «АвтоСила» в период с 2010 г. по 2012 г.:

- фотокопия (скрин-шот) страницы официального Интернет-сайта autosila.net, содержащей изображение коммерческого обозначения «АвтоСила»;
- акт осмотра Интернет-сайта <http://autosila.ds11.ru/> от 17.07.2012;
- фотографии внешнего оформления здания магазина «АвтоСила» (вывески) и наружной рекламы магазина «АвтоСила»;
- копии документов (договоров, актов, ведомостей по взаиморасчетам с контрагентами), опосредующих производство, размещение и распространение ООО «АВТОСИЛА» реклам за 2010 г., 2011 г., 2012 г., в том числе наружной рекламы, рекламы в СМИ (газетах, телепрограммах, радиопрограммах);
- копии реклам магазина «АвтоСила», размещенных в газете «Формула 11» № 21 (60) от 15.10.2011, № 21 (90) от 26.05.2012;
- газета «Формула 11» № 29 (68) от 17.12.2011, на странице которой размещена реклама магазина «АвтоСила»;
- копии реклам магазина «АвтоСила», размещенных в газете «Все для Вас. Авторынок» № 6 от 17.02.2010, № 7 от 24.02.2010, № 13 от 07.04.2010, № 14 от 14.04.2010, № 15 от 21.04.2010, № 16 от 28.04.2010, № 29 от 27.07.2011, № 40 от 12.10.2011, № 9 от 07.03.2012;
- страницы газет «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 32 (153) от 13.08.2011, № 3 (176) от 21.01.2012, «Формула 11» № 18 (87) от 05.05.2012, на которых размещены рекламы

магазина «АвтоСила»;

- письмо ООО «Автомедиа» от 17.08.2012 о размещении реклам магазина «АвтоСила» в газете «Формула 11» в 2011 г.;

- видеоролики реклам магазина «АвтоСила»;

- сведения об объемах оказанных ООО «АВТОСИЛА» услуг и реализованных товаров с использованием коммерческого обозначения «АвтоСила» в натуральных и стоимостных показателях (обороты по продажам) за период с 2010 г. по 2012 г.;

- сведения о среднем размере ежемесячных расходов ООО «АВТОСИЛА» на изготовление и размещение реклам за период с 2010 г. по 2012 г.

Из материалов антимонопольного дела усматривается, что в период с 2010 г. по 2012 г. ООО «АВТОСИЛА» осуществляло реализацию товаров в магазине «АвтоСила» с использованием соответствующего коммерческого обозначения.

Таким образом, материалами антимонопольного дела подтверждается использование ООО «АВТОСИЛА» при введении в гражданский оборот товаров коммерческого обозначения «АвтоСила» в период с февраля 2010 г. по 2012 г.

В соответствии с п. 64 [Постановления Пленума Верховного Суда РФ № 5, Пленума ВАС РФ № 29 от 26.03.2009 «О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»](#) исключительное право использования коммерческого обозначения на основании [пункта 1 статьи 1539](#) ГК РФ принадлежит правообладателю, если такое обозначение обладает достаточными различительными признаками и его употребление правообладателем для индивидуализации своего предприятия является известным в пределах определенной территории. В связи с этим судам следует учитывать, что **право на коммерческое обозначение не возникает ранее момента начала фактического использования такого обозначения для индивидуализации предприятия.**

Из материалов антимонопольного дела усматривается, что коммерческое обозначение «АвтоЗаряд» обладает достаточными различительными признаками и его употребление правообладателем - ИП <...>ым В.А. для индивидуализации своего магазина является известным в пределах определенной территории – города Сыктывкара с 2007 г., а с 16.11.2010 обозначение «АвтоЗаряд» получило правовую охрану в качестве товарного знака; ООО «АВТОСИЛА» с февраля 2010 г. начало использование коммерческого обозначения «АвтоСила».

Таким образом, в соответствии с п. 64 [Постановления Пленума Верховного Суда РФ № 5, Пленума ВАС РФ № 29 от 26.03.2009 «О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»](#) исключительное право на коммерческое обозначение «АвтоЗаряд» у ИП <...>а В.А. возникло ранее исключительного права ООО «АВТОСИЛА» на коммерческое обозначение «АвтоСила».

6. В письменных пояснениях, представленных в материалы антимонопольного дела, и в пояснениях, данных в ходе рассмотрения антимонопольного дела, ИП <...> В.А. указал, что обозначение «АвтоСила», используемое ООО «АВТОСИЛА» при

осуществлении аналогичной с ним предпринимательской деятельности, является схожим до степени смешения с товарным знаком «АвтоЗаряд». Кроме того, заявитель ссылается на копирование Обществом наполнения сайта магазина «АвтоЗаряд», реклам, оформления торговых залов, акций и стимулирующих мероприятий, проводимых ИП <...>ым В.А. в целях продвижения магазинов «АвтоЗаряд» и одноименного товарного знака, а также на выбор одних и тех же СМИ для распространения реклам, места и времени размещения реклам.

Согласно письменной информации, представленной ИП <...>ым В.А. в материалы антимонопольного дела, опрос клиентов магазинов «АвтоЗаряд» показал, что существует ошибочное мнение о принадлежности магазинов «АвтоЗаряд» и «АвтоСила» к одной сети (покупатели обращаются в магазины «АвтоЗаряд» с дисконтными картами и подарочными сертификатами «АвтоСила», приносят на возврат товар, приобретенный в магазине «АвтоСила» и т.п.).

В письменных пояснениях, представленных ООО «АВТОСИЛА» в материалы антимонопольного дела, Общество указывает, что сходство коммерческого обозначения «АвтоСила» с товарным знаком «АвтоЗаряд» не достигает степени смешения.

В связи с чем, в целях установления наличия (отсутствия) сходства до степени смешения коммерческого обозначения «АвтоСила» с товарным знаком «АвтоЗаряд», Коми УФАС России, на основании пункта 3.3 Соглашения о взаимодействии Федеральной антимонопольной службы и Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (далее - Роспатент) от 09.04.2010, письмом от 19.11.2012 № 03-13/9949 обратилось в Роспатент для получения мотивированной письменной справки.

В ответ на обращение Коми УФАС России письмом Роспатента от 12.12.2012 № 03/34-15902/41 в материалы антимонопольного дела представлена справка, согласно которой, несмотря на несходство словесных элементов «АвтоСила»/«АвтоЗаряд», представленное **комбинированное обозначение ассоциируется с товарным знаком по свидетельству № 451888 в целом в силу фонетического тождества словесных элементов «Авто», сходства изобразительных элементов и сходного композиционного расположения элементов».**

В соответствии с [пунктом 14.4.2](#) Правил составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания, утвержденных Приказом Роспатента от 05.03.2003 № 32, **обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.**

Кроме того, ИП <...>ым В.А. в материалы антимонопольного дела представлено заключение эксперта от 10.01.2012, подписанное <...>ой А.О., по вопросу сходства комбинированных изображений «АвтоЗаряд» и «АвтоСила», которые состоят из словесного элемента и изобразительного.

В материалах антимонопольного дела имеется копия свидетельства об окончании Азаровой А. курса дистанционного обучения «Основы интеллектуальной собственности» с 01.10.2006 по 15.11.2006, а также копия свидетельства о заключении брака от 29.07.2011, согласно которому Азаровой А.О. присвоена

фамилия <...>а.

В соответствии с письменными пояснениями, представленными ИП <...>ым В.А. в материалы антимонопольного дела, в декабре 2011 г. в Торгово-Промышленной палате РК им было заказано проведение экспертизы на предмет схожести обозначений «АвтоЗаряд» и «АвтоСила».

В письменных пояснениях, представленных в материалы антимонопольного дела, <...>а А.О. указала, что заказчиком экспертизы, по результатам которой 10.01.2012 составлено заключение, является ИП <...> В.А. Цель экспертизы – выявление тождественных или сходных до степени смешения элементов у комбинированных изображений «АвтоЗаряд» и «АвтоСила».

Из указанного заключения следует, что при сравнении представленных изображений выявлено следующее сходство:

1) звуковое (фонетическое):

- вхождение одного обозначения в другое: АВТОСила – АВТОЗаряд;
- тождество звучания начальных частей обозначения АВТО.

2) графическое (визуальное):

- общее зрительное впечатление (абсолютное тождество изобразительного элемента, использование белого цвета);
- расположение букв по отношению одна к другой;
- алфавит, буквами которого написано словосочетание.

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 Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, оценив спорные обозначения, в том числе с позиции рядового потребителя, Комиссия пришла к следующим выводам.

Коммерческое обозначение «АвтоСила» не тождественно товарному знаку «АвтоЗаряд», однако фонетический (звуковой), графический и семантический (смысловой) анализ указанных наименований позволяет сделать вывод об их сходстве до степени смешения. Данное подтверждается справкой Роспатента, направленной письмом от 12.12.2012 № 03/34-15902/41, а также мнением лица, располагающего сведениями о рассматриваемых Комиссией обстоятельствах – <...>ой А.О., изложенным в заключении от 10.01.2012.

Сходство обозначений выражается в совпадении фонетическом (звуковое

совпадение: звукосочетания, ударения, тождество звучания начальных частей обозначений («Авто») и т.д.), графическом (визуальное совпадение: вид шрифта, написания, расположение букв по отношению друг к другу и т.д.), семантическом (смысловое совпадение), в сходстве изобразительных и объемных обозначений (внешняя форма, вид, размеры и характер изображения и т.д.).

С учетом изложенного, у потребителей (потенциальных потребителей) может возникнуть смешение рассматриваемых обозначений.

Таким образом, Комиссией в ходе рассмотрения антимонопольного дела установлено сходство до степени смешения коммерческого обозначения «АвтоСила» с товарным знаком (до 15.11.2010 - коммерческим обозначением) «АвтоЗаряд».

7. В силу ст. 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 по своему усмотрению разрешать или запрещать другим лицам использование результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации. Отсутствие запрета не считается согласием (разрешением).

Согласно ч. 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.**

В силу ч. 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.

В соответствии с п. 1 ч. 3 ст. 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.

Из материалов антимонопольного дела усматривается, что ООО «АВТОСИЛА» с февраля 2010 г. использует коммерческое обозначение «АвтоСила», сходное до степени смешения с товарным знаком (до 15.11.2010 - коммерческим обозначением) «АвтоЗаряд», принадлежащим ИП <...>у В.А., исключительное право которого возникло ранее.

Коммерческое обозначение «АвтоСила» используется Обществом без разрешения правообладателя товарного знака «АвтоЗаряд» - ИП <...>а В.А.

Согласно письменной информации, представленной ООО «АВТОСИЛА» в материалы антимонопольного дела, коммерческое обозначение «АвтоСила» используется Обществом на следующих товарных рынках: рынке торговли автомобильными деталями, узлами и принадлежностями и рынке розничной торговли моторными маслами.

Согласно письменной информации, представленной ИП <...>ым В.А. в материалы антимонопольного дела, ИП <...> В.А. осуществляет деятельность по реализации автотоваров в магазинах «АвтоЗаряд», используя для продвижения своих услуг товарный знак (ранее – коммерческое обозначение) «АвтоЗаряд».

Из материалов антимонопольного дела следует, что товарный знак «АвтоЗаряд» зарегистрирован для индивидуализации следующих товаров и/или услуг: масла технические; масло моторное; материалы смазочные; препараты для удаления пыли; препараты, препятствующие проскальзыванию (буксованию) ремней; смазки для оружия консистентные; смазки консистентные для ремней (класс МКТУ - 04); продвижение товаров для третьих лиц (класс МКТУ – 35).

Как указано в справке Роспатента, услуги розничной торговли, в отношении которых используется коммерческое обозначение «АвтоСила», являются однородными услугам, для индивидуализации которых зарегистрирован товарный знак по свидетельству № 451888, а именно услугам «продвижение товаров для третьих лиц».

Таким образом, коммерческое обозначение «АвтоСила» используется ООО «АВТОСИЛА», в том числе в отношении однородных товаров (услуг), для индивидуализации которых зарегистрирован товарный знак «АвтоЗаряд», и в результате такого использования возникнет вероятность смешения.

Способность действий ООО «АВТОСИЛА» вызвать смешение в отношении услуг, оказываемых ООО «АВТОСИЛА», и услуг, оказываемых ИП <...>ым В.А., усматривается из факта использования ООО «АВТОСИЛА» в предпринимательской деятельности коммерческого обозначения «АвтоСила», сходного до степени смешения с товарным знаком «АвтоЗаряд».

При таких обстоятельствах, действия ООО «АВТОСИЛА» по введению в оборот на территории города Сыктывкара товаров, услуг с незаконным использованием коммерческого обозначения «АвтоСила», сходного до степени смешения с товарным знаком (до 15.11.2010 - коммерческим обозначением) «АвтоЗаряд», исключительное право использования которого принадлежит ИП <...>у В.А., противоречат ч. 3 ст. 1484, ч. 2 ст. 1539 ГК РФ, п. 1 ч. 3 ст. 10.bis Парижской конвенции

по охране промышленной собственности от 20.03.1883.

Как средство индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, коммерческие обозначения и товарные знаки призваны отличать одного производителя от другого, выполняя, в том числе рекламные функции. Существование на рынке аналогичных товаров (услуг) двух схожих до степени смешения коммерческих обозначений и (или) товарных знаков способно ввести в заблуждение потребителей (потенциальных потребителей) и является недопустимым. В связи с чем, рассматриваемые действия ООО «АВТОСИЛА» противоречат обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости.

Материалами антимонопольного дела подтверждается использование ИП <...>ым В.А. обозначения «АвтоЗаряд» до февраля 2010 года, то есть до начала использования ООО «АВТОСИЛА» схожего обозначения.

Продолжительное использование ИП <...>ым В.А. товарного знака (ранее - коммерческого обозначения) «АвтоЗаряд» свидетельствует о продвижении реализуемых им товаров (услуг) под указанным товарным знаком, о наращивании интереса к магазинам «АвтоЗаряд» и оказываемым ими услугам со стороны потребителей. Учитывая длительность и интенсивность использования ИП <...>ым В.А. указанного обозначения, усматривается, что товарный знак (ранее - коммерческое обозначение) «АвтоЗаряд» приобрел широкую различительную способность на территории города Сыктывкара.

ИП <...> В.А. в представленных в материалы антимонопольного дела письменных пояснениях указал, что преимущества ООО «АВТОСИЛА» в результате рассматриваемых действий состоят в том, что Общество, используя коммерческое обозначение и рекламу, схожие с товарным знаком и рекламой «АвтоЗаряд», пользуется положительным имиджем магазина «АвтоЗаряд». Данное позволяет ООО «АВТОСИЛА» минимизировать затраты на продвижение своего бренда и привлечение внимания к магазину «АвтоСила».

Согласно письменной информации, представленной ИП <...>ым В.А. в материалы антимонопольного дела, в результате рассматриваемых действий ООО «АВТОСИЛА» возможно причинение убытков ИП <...>у В.А. и нанесение вреда его деловой репутации в связи с нижеследующим:

- смешение в сознании покупателей обозначений «АвтоЗаряд» и «АвтоСила» в связи с копированием рекламных материалов и маркетинговых акций;
- идентификация магазинов «АвтоЗаряд» и «АвтоСила» как сети магазинов;
- сложившееся среди покупателей негативное отношение к магазину «АвтоСила», в том числе в связи с неправомерной политикой возврата и обмена купленного товара;
- отток клиентов от ИП <...>а В.А. к ООО «АВТОСИЛА», в связи с тем, что часть клиентов, ознакомившись с рекламой, обращается в магазин «АвтоСила».

В ходе рассмотрения антимонопольного дела представитель ИП <...>а В.А. <...>а Н.В. пояснила, что количество потребителей услуг магазина «АвтоЗаряд» не уменьшилось, однако уровень потребительского спроса составил меньше

ожидаемого. Подтвердить убытки финансовыми документами ИП <...> В.А. не имеет возможности. Имеет место нанесение ущерба деловой репутации ИП <...>а В.А. действиями ООО «АВТОСИЛА», так как системы работы с клиентами в рассматриваемых магазинах различные, различный уровень подготовки персонала (особенно, в первое время после открытия магазина «АвтоСила»). В связи с чем, потребители магазинов «АвтоЗаряд», привыкшие к лояльному отношению со стороны сотрудников указанного магазина, обратившись в магазин «АвтоСила», полагая, что обратились в одну сеть магазинов, выражали в адрес магазина «АвтоЗаряд» возмущения по поводу работы магазина конкурента.

Рассматриваемые действия ООО «АВТОСИЛА» направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности путем снижения издержек на разработку собственного товарного знака и издержек на продвижение реализуемых Обществом товаров (оказываемых услуг) за счет использования положительной репутации приобретшего различительную способность товарного знака, принадлежащего конкуренту. Данное способствует созданию условий для увеличения количества потребителей товаров, реализуемых Обществом, и привлечению потребителей посредством введения их в заблуждение относительно лица, оказывающего услуги, а также нанесению вреда деловой репутации конкурента – ИП <...>а В.А.

Из материалов антимонопольного дела следует, что в сентябре 2012 г. ИП <...>ым В.А. принято решение о разработке нового товарного знака для магазинов «АвтоЗаряд». Данное решение принято преимущественно ввиду смешения в сознании потребителей обозначений «АвтоЗаряд» и «АвтоСила». С октября 2012 г. ИП <...>ым В.А. наряду с прежним товарным знаком используется новое обозначение.

ИП <...>ым В.А. в материалы антимонопольного дела представлены: договор от 10.08.2012 на оказание ИП <...>у В.А. консультационно-информационных услуг при разработке стратегии позиционирования сети магазинов «АвтоЗаряд»; копия расходного кассового ордера от 11.09.2012; договор от 01.02.2013, заключенный между АНО «РУС при Торгово-промышленной палате Республики Коми» (подрядчик) и ИП <...>ым В.А. (заказчик) на оказание услуг по проведению экспертизы словесного элемента «Автозаряд. Надежные ребята» товарного знака заказчика на тождество и сходство; акт № 00000003 от 01.02.2013 о выполнении подрядчиком услуг по экспертизе на тождество и сходство; копии товарных чеков, подтверждающих расходы на проведение ребрендинга.

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

Рассматриваемые действия ООО «АВТОСИЛА» могут повлиять на перераспределение спроса на рынке торговли автомобильными деталями, узлами и принадлежностями и на рынке технического обслуживания и ремонта легковых автомобилей на территории города Сыктывкара путем оттока потребителей от услуг, оказываемых ИП <...>ым В.А., к услугам, оказываемым ООО «АВТОСИЛА», что в свою очередь может сказаться на прибыли ИП <...>а В.А.

Кроме того, в случае предоставления ООО «АВТОСИЛА» в одноименном магазине услуг более низкого качества, чем услуги, предоставляемые ИП <...>ым В.А. в магазинах «АвтоЗаряд», рассматриваемые действия ООО «АВТОСИЛА» могут негативно отразиться на деловой репутации ИП <...>а В.А. в связи с вероятностью смешения рассматриваемых брендов.

Таким образом, действия ООО «АВТОСИЛА» по введению в оборот на территории города Сыктывкара товаров, услуг с незаконным использованием коммерческого обозначения «АвтоСила», сходного до степени смешения с товарным знаком (до 15.11.2010 - коммерческим обозначением) «АвтоЗаряд», исключительное право использования которого принадлежит ИП <...>у В.А., направленные на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречащие ч. 3 ст. 1484, ч. 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, способные причинить убытки другому хозяйствующему субъекту – конкуренту ИП <...>у В.А. и нанести вред его деловой репутации, нарушают требования п. 4 ч. 1 ст. 14 Федерального закона «О защите конкуренции».

В ходе рассмотрения антимонопольного дела представитель ООО «АВТОСИЛА» <...> И.П. заявил довод об отсутствии в месте осуществления ИП <...>ым В.А. деятельности по адресу: г. Сыктывкар, Сысольское шоссе, д. 84 вывесок с использованием обозначения «АвтоЗаряд», что, по его мнению свидетельствует о том, что коммерческое обозначение «АвтоЗаряд» не приобрело широкой различительной способности до начала использования ООО «АВТОСИЛА» коммерческого обозначения «АвтоСила».

Указанный довод Комиссией отклоняется на основании нижеследующего.

В ходе рассмотрения антимонопольного дела ИП <...> В.А. пояснил, что владелец здания, в котором он арендует помещения для магазина, до лета 2012 года не разрешал размещать на внешних стенах здания вывески и рекламы больших размеров, поэтому на здании магазина «Автоуниверсал» были размещены небольшие вывески с использованием обозначения «АвтоЗаряд». Вывески с обозначением «АвтоЗаряд» использовались как во внешнем, так и во внутреннем оформлении магазина «АвтоЗаряд». Кроме того, на рекламной конструкции, расположенной в 50 метрах от здания магазина «Автоуниверсал», с 2009 – 2010 г. размещалась реклама магазина «АвтоЗаряд». 04.08.2011 был открыт второй магазин «АвтоЗаряд» по ул. Морозова, 51, в оформлении которого также использовался товарный знак «АвтоЗаряд».

Из материалов антимонопольного дела усматривается, что коммерческое обозначение «АвтоЗаряд» приобрело достаточную различительную способность до начала использования ООО «АВТОСИЛА» коммерческого обозначения «АвтоСила».

В ходе рассмотрения антимонопольного дела представитель ООО «АВТОСИЛА» <...> И.П. возразил относительно допустимости доказательств, свидетельствующих о распространении ИП <...>ым В.А. реклам в радиопрограммах, поскольку фонетическое звучание обозначений «АвтоЗаряд» и «АвтоСила» различно, в связи с чем, аудиореклама не может быть признана рекламой спорного товарного знака, и расходы на такую рекламу не должны учитываться как расходы на продвижение

товарного знака.

Указанный довод Комиссия считает необоснованным, поскольку согласно справке Роспатента, в результате проведенного исследования установлено, что обозначение «АвтоСила» ассоциируется с товарным знаком «АвтоЗаряд», в том числе в силу фонетического тождества словесных элементов «Авто». Кроме того, размещение ИП <...>ым В.А. рекламы в радиопрограммах свидетельствует о продвижении товаров, реализуемых в магазинах «АвтоЗаряд», что способствует приобретению различительной способности не только магазинами заявителя, но и принадлежащим ему товарным знаком «АвтоЗаряд».

В ходе рассмотрения антимонопольного дела представитель ООО «АВТОСИЛА» <...> И.П. указал, что продвижение коммерческого обозначения «АвтоСила» и товарного знака «АвтоЗаряд» происходило в один период времени, в связи с чем, Общество не могло получить преимущества от использования своего коммерческого обозначения.

Указанный довод ответчика Комиссия считает несостоятельным в связи с тем, что материалами антимонопольного дела подтверждено, что продвижение ИП <...>ым В.А. коммерческого обозначения «АвтоЗаряд» началось ранее продвижения Обществом коммерческого обозначения «АвтоСила», следовательно, ООО «АВТОСИЛА» имело возможность получения преимуществ в результате использования спорного обозначения.

В ходе рассмотрения антимонопольного дела представитель ООО «АВТОСИЛА» <...> И.П. указал, что Общество, используя коммерческое обозначение «АвтоСила», не причинило прямых убытков ИП <...>у В.А., поскольку отток покупателей мог быть как от магазинов заявителя к магазину ООО «АВТОСИЛА», равно как и обратно. ООО «АВТОСИЛА» не могло причинить ущерб деловой репутации заявителя, поскольку в магазине «АвтоСила» весь персонал квалифицированный.

Вышеуказанные доводы ООО «АВТОСИЛА» Комиссия считает несостоятельными в связи с нижеследующим.

Для квалификации действий хозяйствующего субъекта как недобросовестной конкуренции отсутствует необходимость доказывать наличие прямых убытков, причиненных рассматриваемыми действиями, поскольку закон относит к недобросовестной конкуренции действия, которые не только причинили убытки хозяйствующим субъектам - конкурентам, но и могут их причинить, либо могут нанести вред их деловой репутации.

В материалах антимонопольного дела имеются письменные пояснения ИП <...>а В.А., согласно которым 02.11.2012 ИП <...>ым В.А. по просьбе ООО «АВТОСИЛА» было проведено собеседование продавцов и менеджера магазина «АвтоСила» на предмет соответствия их квалификации требованиям, предъявляемым работникам магазина «АвтоЗаряд» аналогичных должностей. В результате собеседования работники магазина «АвтоСила» подтвердили достаточный уровень своей профессиональной квалификации.

Однако указанное является подтверждением соответствующей квалификации персонала магазина «АвтоСила» по состоянию на 02.11.2012 и не свидетельствует о таковой в период всей деятельности магазина «АвтоСила». В связи с чем, учитывая

приведенные заявителем доводы о поступавших от покупателей жалобах относительно магазина «АвтоСила», довод ответчика о квалификации персонала в магазине «АвтоСила» не исключает возможности причинения рассматриваемыми действиями Общества ущерба деловой репутации конкурента – ИП <...>а В.А.

Согласно письменным пояснениям, представленным ООО «АВТОСИЛА» в материалы антимонопольного дела, должностным лицом ООО «АВТОСИЛА», ответственным за соблюдение Обществом действующего законодательства, в том числе антимонопольного, является директор <...>ь Андрей Владимирович.

В материалах антимонопольного дела имеются копии решения участника ООО «АВТОСИЛА» от 30.05.2011 об избрании директором Общества <...>я А.В., приказа № 4 от 08.06.2011 о назначении директором ООО «АВТОСИЛА» <...>я А.В.

Согласно Уставу ООО «АВТОСИЛА» единоличным исполнительным органом Общества является директор Общества. Директор ООО «АВТОСИЛА» без доверенности действует от имени Общества, представляет его интересы и совершает сделки.

Комиссией установлено, что рассматриваемое нарушение стало возможным по причине отсутствия должного контроля как со стороны ООО «АВТОСИЛА», так и со стороны должностного лица Общества – директора <...>я А.В. за соблюдением Федерального закона «О защите конкуренции».

Из материалов антимонопольного дела не усматривается обстоятельств, как исключаящих возможность соблюдения ООО «АВТОСИЛА» и директором Общества <...>ем А.В. требований антимонопольного законодательства, так и свидетельствующих о принятии ООО «АВТОСИЛА» и указанным должностным лицом всех зависящих от них мер по соблюдению требований антимонопольного законодательства.

Таким образом, вина ООО «АВТОСИЛА» и директора Общества <...>я А.В. в нарушении п. 4 ч. 1 ст. 14 Федерального закона «О защите конкуренции» является установленной.

В ходе рассмотрения антимонопольного дела 15.01.2013 представитель ООО «АВТОСИЛА» <...> И.П. пояснил, что ООО «АВТОСИЛА» предприняты действия, направленные на уменьшение последствий применения обозначения «АвтоСила». Обществом принято решение о прекращении использования коммерческого обозначения «АвтоСила» в схожем до степени смешения с товарным знаком «АвтоЗаряд» исполнении.

Лицами, участвующими в деле, в материалы антимонопольного дела представлены: фотоотчет от 07.11.2012 о демонтаже наружных реклам и вывесок, содержащих коммерческое обозначение «АвтоСила»; копия приказа ООО «АВТОСИЛА» № 1 от 15.10.2012, согласно которому в связи с разработкой нового коммерческого обозначения Общества и началом его использования, создана комиссия по уничтожению имущества, которой надлежит произвести инвентаризацию имущества, содержащего изображение коммерческого обозначения «АвтоСила», и уничтожить его, а также произвести демонтаж вывесок, рекламных конструкций, изменение рекламных материалов, замену дисконтных карт, находящихся у потребителей; акт № 1 от 01.11.2012 об уничтожении

имущества (в том числе визитных карточек, рамок, футболок, бейсболок); фотокопия вывески магазина «Автосила» от 27.03.2013, не содержащей спорное обозначение.

В ходе рассмотрения антимонопольного дела 27.03.2013 ИП <...> В.А. пояснил, что ответчиком нарушение устранено: наружных реклам, вывесок и реклам, размещаемых в СМИ, содержащих коммерческое обозначение «АвтоСила», им не обнаружено.

При таких обстоятельствах, усматривается, что ООО «АВТОСИЛА» добровольно устранило нарушение п. 4 ч. 1 ст. 14 Федерального закона «О защите конкуренции» и его последствия. В связи с чем, Комиссия пришла к выводу о необходимости прекращения рассмотрения дела № АН 06-09/12, возбужденного в отношении ООО «АВТОСИЛА», и сочла нецелесообразной выдачу Обществу предписания.

На основании вышеизложенного, руководствуясь п. 1 ч. 3 ст. 10.bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883, ст. 4, п. 4 ч. 1 ст. 14, ст. 23, ч. 1 ст. 39, ч.ч. 1 - 3 ст. 41, п. 1 ч. 1 ст. 48, ч. 1 ст. 49 Федерального закона «О защите конкуренции»,

РЕШИЛА:

1. Признать Общество с ограниченной ответственностью «АВТОСИЛА» нарушившим пункт 4 части 1 статьи 14 Федерального закона «О защите конкуренции» посредством совершения действий по введению в оборот на территории города Сыктывкара товаров, услуг с незаконным использованием коммерческого обозначения «АвтоСила», сходного до степени смешения с товарным знаком (до 15.11.2010 - коммерческим обозначением) «АвтоЗаряд», исключительное право использования которого принадлежит ИП <...>у В.А., направленных на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречащих ч. 3 ст. 1484, ч. 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, способных причинить убытки другому хозяйствующему субъекту – конкуренту индивидуальному предпринимателю <...>у В.А. и нанести вред его деловой репутации.

2. Прекратить рассмотрение дела № АН 06-09/12, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью «АВТОСИЛА» по признакам нарушения пункта 4 части 1 статьи 14 Федерального закона «О защите конкуренции», в связи с добровольным устранением нарушения антимонопольного законодательства и его последствий.

3. В связи с добровольным устранением нарушения пункта 4 части 1 статьи 14 Федерального закона «О защите конкуренции» и его последствий, предписание Обществу с ограниченной ответственностью «АВТОСИЛА» не выдавать.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении Общества с ограниченной ответственностью

«АВТОСИЛА» дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 2 ст. 14.33 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении директора Общества с ограниченной ответственностью «АВТОСИЛА» <...>я дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 2 ст. 14.33 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение антимонопольного органа может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня принятия решения. Дела об обжаловании решения антимонопольного органа подведомственны арбитражному суду.