Исх.04-05/3479 от 08.05.2014

**РЕШЕНИЕ**

г. Чебоксары **Дело № 8/04-АМЗ-2014**

Резолютивная часть решения объявлена 06 мая 2014 года.

Полный текст решения изготовлен 08 мая 2014 года.

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дела №8/04-АМЗ-2014 о нарушении антимонопольного законодательства (далее – Комиссия) в составе:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| «…» | - |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

при участии от заявителя: ООО «Фармаимпекс-Вятка» - «…» по доверенности от 07.04.2014 №175,

при отсутствии представителя от ответчика – ООО «Республиканская аптека», извещенного надлежащим образом о времени и месте рассмотрения дела,

при участии от лица, располагающего сведениями о рассматриваемых Комиссией обстоятельствах - МБУ «Городская реклама» администрации г. Чебоксары – «…» по доверенности от 03.12.2013 №387-исх,

рассмотрев дело №8/04-АМЗ-2014 по признакам нарушения Обществом с ограниченной ответственностью «Республиканская аптека» (ИНН 5257116359, 603028, г. Нижний Новгород, Московское шоссе, д. 126, П5) части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике – Чувашии поступили заявления ООО «Аптека «Протей» и ООО «Фармаимпекс-Вятка» о неправомерных действиях ООО «Республиканская аптека», связанных с незаконным использованием зарегистрированного товарного знака.

Заявление мотивировано тем, что ООО «Фармаимпекс-Вятка» является правообладателем товарного знака (знака обслуживания) «бережная аптека», зарегистрированного 22.08.2012 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания РФ сроком до 01.08.2021 с датой приоритета 01.08.2011. Охраняемыми элементами товарного знака являются оригинальное изображение божьей коровки и словосочетание «бережная аптека». Согласно решению о государственной регистрации товарного знака (знака обслуживания) в перечень товаров и услуг, в отношении которых принято указанное решение, входят классы МКТУ: 05 - фармацевтические и ветеринарные препараты; гигиенические препараты для медицинских целей; диетические вещества для медицинских целей; детское питание; пластыри; перевязочные материалы; дезинфицирующие средства; 35 - аренда площадей для размещения рекламы; выпуск рекламных листков; исследования в области маркетинга; информация деловая; организация и проведение конгрессов в коммерческих или рекламных целях; продвижение товаров (для третьих лиц); изучение общественного мнения; организация торгово-закупочной деятельности; представление товаров на всех медиасредствах с целью розничной продажи; услуги снабженческие для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами); консультации по организации бизнеса; демонстрация товаров; услуги по исследованию рынка и изучению общественного мнения; услуги по организации демонстраций, выставок; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; распространение образцов; 44 – услуги медицинские; консультации по вопросам фармацевтики; помощь медицинская.

19.11.2013 ООО «Фармаимпекс-Вятка» дало согласие на использование Товарного знака (знака обслуживания) «бережная аптека» Обществу с ограниченной ответственностью «Аптека «Протей» на территории Республики Татарстан и Чувашской Республики.

С ноября 2013 года аптечные организации ООО «Аптека «Протей», находящиеся в городе Чебоксары по адресам: пр. Ленина, д.30, пом.2; пр. Ленина, д.57, пом.7; ул. Гагарина, д.3, пом.1 осуществляют свою деятельность под коммерческим названием «Бережная аптека» с использованием логотипа «божья коровка» на вывесках аптечных организаций, а также в рекламных материалах.

В 20 числах ноября 2013 года в аптечных организациях аптечной сети «Ладушка» в городе Чебоксары, находящихся по адресам: ул. Гагарина, д.5, ул. Гагарина, д.54, ул. Ленина, д.3, Московский пр., д.10 среди покупателей распространялись рекламные листовки под названием «Ладушка. Аптека низких цен. Старый друг лучше новых двух!». Кроме того, указанные листовки вручались покупателям у входа в указанные аптечные организации промоутерами. В указанных листовках словосочетание «Старый друг» выделено цветом и сопровождается логотипом аптечной сети «Ладушка» в виде сердечка; словосочетание «новых двух» также выделено цветом и сопровождается логотипом аптечной сети «Бережная аптека» в виде божьей коровки. Далее идет текст более мелким шрифтом, где покупателя убеждают в преимуществах аптек «Ладушка». Завершается листовка формулировкой «Выбирайте проверенных друзей». Таким образом, указанная реклама, сравнивая две аптечные сети – «Ладушка» и «Бережная аптека», призывает потребителя делать выбор в пользу аптечных организаций сети «Ладушка» и отказаться от приобретения товаров в аптечных организациях сети «Бережная аптека».

Кроме того, по адресу: г. Чебоксары, ул. Гагарина, д.5, на фасаде здания у входной группы аптечной организации «Ладушка» с конца ноября 2013 года размещен рекламный плакат следующего содержания: «Выбирайте проверенных друзей! Ладушка. Аптека низких цен. Старый друг лучше новых двух!». Словосочетание «Старый друг» выделено цветом и сопровождается логотипом аптечной сети «Ладушка» в виде сердечка; словосочетание «новых двух» также выделено цветом и сопровождается логотипом аптечной сети «Бережная аптека» в виде божьей коровки. В непосредственной близости от места установки рекламного плаката находятся две аптечные организации, входящие в аптечную сеть «Бережная аптека» и принадлежащие ООО «Аптека «Протей». На вывесках обеих аптечных организаций содержится логотип «божья коровка». Таким образом, реклама, размещенная у входной группы аптеки «Ладушка» по адресу: г. Чебоксары, ул. Гагарина, д.5, призывает потребителя делать выбор в пользу конкретной аптеки «Ладушка» и отказаться от приобретения товаров в двух рядом расположенных аптечных организациях сети «Бережная аптека».

Аптечные организации аптечной сети «Ладушка» в городе Чебоксары принадлежат ООО «Республиканская аптека» (ОГРН 1105257002290, ИНН 5257116359, КПП 525701001; адрес: г. Нижний Новгород, Московское шоссе, д.126, П5).

ООО «Фармаимпекс-Вятка» и ООО «Аптека «Протей» осуществляют фармацевтическую деятельность.

ООО «Республиканская аптека» осуществляет фармацевтическую деятельность. Таким образом, хозяйствующие субъекты осуществляют свою деятельность на одном товарном рынке.

По мнению заявителей, товарный знак «бережная аптека» с изображением божьей коровки, правообладателем которого является ООО «Фармаимпекс-Вятка» и изображение, использованное ООО «Республиканская аптека» на рекламных листовках, а также рекламном плакате, являются актом недобросовестной конкуренции. Действия ООО «Республиканская аптека» причиняют убытки хозяйствующим субъектам (ООО «Фармаимпекс-Вятка» и ООО «Аптека «Протей»»), а также наносят вред их деловой репутации.

ООО «Республиканская аптека» с нарушением антимонопольного законодательства не согласилось, по данным заявлениям пояснило, что в оформлении листовки «Ладушка» использовано широко распространенное выражение (пословица) «Старый друг лучше новых двух», выделенное красным и синим цветами. Листовка также оформлена разными декоративными изображениями в стиле детского рисунка. Среди указанных изображений над текстом пословицы имеется стилизованное под детский рисунок изображение летящей божьей коровки в красными крыльями. Размер божьей коровки явно не является доминирующим сравнительно с величиной шрифта части пословицы «…новых двух». При этом красные крылья сливаются с красным фоном указанного словосочетания.

Степень важности изобразительного элемента в комбинированном обозначении зависит от того, насколько этот элемент оригинален, каковы его размеры и пространственное положение относительно словесного элемента.

То есть, используемое изображение божьей коровки в качестве графического элемента не является доминирующим по отношению к пословице, а по смыслу является частью дизайнерского оформления элементами в стиле детского рисунка и не несет какой-либо иной специальной смысловой нагрузки.

Изображение божьей коровки на листовке при визуальном восприятии теряется среди множества иных графических символов и изображений, существует только в комплексе с иными элементами стилизованных рисунков как позитивный декоративный элемент с целью благоприятного эстетического восприятия.

Графическое изображение летящей божьей коровки, использованное при оформлении листовки, не имеет правообладателя и было скопировано из общедоступного сайта сети Интернет.

На основании изложенного, ООО «Республиканская аптека» считает, что в случае возбуждения дела о нарушении антимонопольного законодательства, в целях принятия законного решения и установления вины, является необходимым привлечение эксперта для решения вопроса о степени смешения изображений.

В ходе заседания Комиссии представитель заявителей поддержала доводы, изложенные в заявлениях. Сообщила, что ответчик прекратил использование изображения «божьей коровки».

**Изучив имеющиеся в материалах дела документы, заслушав доводы ответчика, Комиссия приходит к следующим выводам.**

Из содержания подпункта 14 пункта 1 статьи 1225 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) следует, что результатами интеллектуальной деятельности и приравненными к ним средствами индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которым предоставляется правовая охрана (интеллектуальной собственностью), являются, в том числе, товарные знаки и знаки обслуживания.

Статьей 1229 ГК РФ предусмотрено, что лицо, обладающее 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.

Другие лица не могут использовать соответствующий результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации без согласия правообладателя, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Кодексом.

В соответствии с пунктом 1 статьи 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 способами, указанными в пункте 2 настоящей статьи. Правообладатель может распоряжаться исключительным правом на товарный знак.

Пунктом 2 названной статьи предусмотрено, что исключительное право на товарный знак может быть осуществлено для индивидуализации товаров, работ или услуг, в отношении которых товарный знак зарегистрирован, в частности путем размещения товарного знака на вывесках и в рекламе.

Использование товарного знака, в том числе и названным выше способом, если такое использование осуществляется без согласия правообладателя, является неправомерным и влечет установленную законом ответственность.

Согласно пункту 3 статьи 1484 ГК РФ никто не вправе использовать без разрешения правообладателя сходные с его товарным знаком обозначения в отношении товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, или однородных товаров, если в результате такого использования возникнет вероятность смешения.

Согласно пункту 13 Информационного письма Высшего Арбитражного Суда от 13.12.2007 №122 «Обзор практики рассмотрения арбитражными судами дел, связанных с применением законодательства об интеллектуальной собственности» экспертиза назначается только для разрешения возникших при рассмотрении дела вопросов, требующих специальных знаний (статья 82 АПК РФ).

В соответствии с абзацем 6 пункта 14.42 Правил составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания (утверждены 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 (пункт 13 Информационного письма Высшего Арбитражного Суда от 13.12.2007 №122 «Обзор практики рассмотрения арбитражными судами дел, связанных с применением законодательства об интеллектуальной собственности»).

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

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

Пунктом 6 статьи 1252 ГК РФ установлено, если различные средства индивидуализации (фирменное наименование, **товарный знак**, знак обслуживания, коммерческое обозначение) оказываются тождественными или сходными до степени смешения и в результате такого тождества или сходства могут быть введены в заблуждение потребители и (или) контрагенты, преимущество имеет средство индивидуализации, исключительное право на которое возникло ранее.

Согласно заявлениям, датой распространения листовок ООО «Республиканская аптека» с изображением божьей коровки является ноябрь 2013 года, в то время как исключительное право ООО «Фармаимпекс-Вятка» на товарный знак «бережная аптека» с изображением божьей коровки возникло 22.08.2012, что подтверждается свидетельством на товарный знак (знак обслуживания) № 469199.

Чувашским УФАС России направлен запрос в администрацию города Чебоксары о наличии разрешения на размещение рекламной конструкции, к которым относится панно на фасаде здания, по адресу: г. Чебоксары, ул. Гагарина, д.5.

МБУ «Городская реклама» администрации города Чебоксары в ходе выездной проверки установило размещение рекламного панно на фасаде здания по адресу: г. Чебоксары, ул. Гагарина, д.5, без соответствующего разрешения и выдало ООО «Республиканская аптека» предписание от 30.01.2014 №29/03-357 в срок до 03 марта 2014 года демонтировать данную рекламную конструкцию.

Таким образом, материалами дела подтверждаются доводы заявителей о размещении рекламного панно на фасаде здания по ул. Гагарина, д.5, г.Чебоксары.

Письмом от 15.04.2014 №374 МБУ «Городская реклама» представило документы по проверке исполнения предписания, на основании которых установлено, что при осуществлении контрольной выездной проверки 20.02.2014 установлен факт демонтажа рекламной конструкции – панно на фасаде здания по адресу: г.Чебоксары, ул.Гагарина, д.5.

Кроме того, по фактам, изложенным в обращениях заявителей было проведено заседание Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Чувашском УФАС России (приказ о создании от 20.03.2013 №99). В ходе заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Чувашском УФАС России от 07.02.2014 установлено, что наружная реклама ООО «Республиканская аптека» (рекламное панно на фасаде здания по ул.Гагарина, д.5, г.Чебоксары) большинством голосов (6 членов из 8 присутствовавших) признана некорректной, содержащей признаки недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством в соответствии с пунктом 4 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) (протокол от 07.02.2014).

Согласно пункту 4 части 2 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

Статьями 34 Конституции Российской Федерации и 14 Закона о защите конкуренции недобросовестная конкуренция не допускается.

В соответствии с частью 2 статьи 1 Закона о защите конкуренции целью закона о конкуренции является обеспечение единства экономического пространства, свободного перемещения товаров, свободы экономической деятельности в Российской Федерации, защита конкуренции и создание условий для эффективного функционирования товарных рынков.

Согласно пунктам 7 и 9 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) под конкуренцией понимается 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; под недобросовестной конкуренцией понимаются любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, которые 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.

Пунктами 1-4 части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации; введение в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей; некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами; 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 п.16.1 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 17.02.2011 №11 «О некоторых вопросах применения Особенной части Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях», при анализе вопроса о том, является ли конкретное совершенное третьим лицом действие актом недобросовестной конкуренции, подлежат учету не только положения Федерального закона «О защите конкуренции», но и положения статьи 10-bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности, в силу которых, актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах.

Российская Федерация является участником Парижской конвенции по охране промышленной собственности, статья 10 bis которой возлагает на страны-участницы обязанность обеспечить гражданам стран, участвующих в союзе, эффективную защиту от недобросовестной конкуренции. Одной из форм недобросовестной конкуренции, предусмотренной данной конвенцией, являются все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смешение в отношении предприятия, продуктов, промышленной или торговой деятельности конкурента.

В то же время, продажа товаров с незаконным использованием товарных знаков и знаков обслуживания, фирменных наименований и коммерческих обозначений не охватывает всех случаев, когда действия хозяйствующего субъекта способны вызвать смешение. Указанные средства индивидуализации, безусловно, являются основными ориентирами для потребителя при выборе товара, однако на практике хозяйствующие субъекты редко ограничиваются использованием только их. Индивидуализировать продукцию могут как обозначения, не зарегистрированные в качестве товарных знаков, так и общий внешний вид, элементы оформления упаковки и другие средства. При смешении продукция хозяйствующего субъекта по тем или иным параметрам настолько напоминает продукцию конкурента, что потребитель способен принять его товар за товар конкурента.

Как недобросовестная конкуренция может рассматриваться использование только таких обозначений, на основании восприятия которых потребитель идентифицирует товар как принадлежащий определенному производителю либо продавцу. Объектами, несанкционированное использование которых способно вызвать смешение, могут быть только такие, которые способны нести функцию индивидуализации: обладают различительной способностью либо приобрели ее в силу использования. Если такая форма товара связана в сознании потребителя с определенным производителем, несанкционированное ее использование может привести к смешению.

Из вышеизложенного, признание недобросовестной конкуренцией действий, способных вызвать смешение, предполагает установление следующих обстоятельств:

- использование хозяйствующим субъектом элементов оформления продукции, сходных до степени смешения с элементами оформления продукции конкурента;

- способность упомянутых сходных элементов индивидуализировать продукцию, либо ее производителя (продавца);

- сходные элементы ассоциируются у потребителя с конкретным лицом, присутствующим на рынке, либо его продукцией;

- возможность получения хозяйствующим субъектом, в отношении которого подано заявление, преимуществ перед конкурентами;

- способность указанных действий причинить убытки хозяйствующему субъекту-конкуренту.

Из приведенных норм следует, что для квалификации совершения деяния в качестве указанного правонарушения и подтверждения его состава в действиях конкретного лица необходимо, чтобы лицо, совершившее данное деяние, обладало признаком хозяйствующего субъекта; его действия противоречили законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости, заключались во введении в заблуждение в отношении места производства, в отношении его производителей, 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, которые были направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности; совершенные действия могли причинить убытки либо нанести ущерб деловой репутации другому хозяйствующему субъекту-конкуренту.

Таким образом, можно выделить признаки, одновременное наличие которых позволит считать действия хозяйствующего субъекта недобросовестной конкуренцией:

1. юридическое лицо и другие хозяйствующие субъекты являются конкурентами, т.е. активно присутствуют в одном сегменте товарного рынка.
2. действия юридического лица причинили или могли причинить убытки конкурентам либо нанесли или могли нанести вред их деловой репутации.
3. своими действиями юридическое лицо в обязательном порядке нарушило соответствующие нормы российского законодательства, сложившиеся обычаи делового оборота, требования добропорядочности, разумности и справедливости.
4. конечным итогом действий юридического лица должно являться получение преимущества, занятие более выгодного, доминирующего положения на соответствующем товарном рынке по отношению к конкурентам.

Заявители и ответчик осуществляют фармацевтическую деятельность и являются конкурентами, то есть присутствуют в одном сегменте товарного рынка.

Такое изображение (божья коровка), используемое ответчиком, индивидуализируется с известными потребителю услугами, оказываемыми длительное время ООО «Фармаимпекс-Вятка» и ООО «Аптека «Протей»» под товарным знаком «Бережная аптека» с изображением божьей коровки, а сравнение «…лучше новых двух» вводит потребителя в заблуждение относительно превосходства услуг одного хозяйствующего субъекта (ООО «Республиканская аптека») другому (ООО «Фармаимпекс-Вятка» и ООО «Аптека «Протей»»).

Экспертный Совет по рекламе представил заключение от 07.02.2014, согласно которому установлено, что наружная реклама ООО «Республиканская аптека» (рекламное панно на фасаде здания по ул.Гагарина, д.5, г.Чебоксары) большинством голосов (6 членов из 8 присутствовавших) признана некорректной, содержащей признаки недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством в соответствии с пунктом 4 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) (протокол от 07.02.2014).

Таким образом, признаки недобросовестной конкуренции, указанные в пункте 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции, присутствуют в действиях ответчика:

1. направленность на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности над конкурентом выразилось в привлечении новых покупателей к продукции ответчика без затрат на разработку новых видов продукции и ее продвижение;
2. противоречие действующему законодательству, а именно пункту 1 части 1 статьи 10 bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883, запрещающему все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смешение в отношении предприятия, продуктов или промышленной или торговой деятельности конкурента;
3. способность причинения убытков конкуренту выразилось в том, что в результате использования защищенного знака «божья коровка», заявитель лишается возможности эффективно реализовывать свой товар, что в свою очередь не может не сказаться на его прибыли, а также может повлечь перераспределение спроса на товарном рынке в Чувашской Республике.

Данные обстоятельства свидетельствуют о наличии в действиях ООО «Республиканская аптека» преимуществ в предпринимательской деятельности, поскольку использование в своем наименовании чужого зарегистрированного товарного знака приводят к смешению с услугами конкурента и введению в заблуждение в отношении организации, оказывающей услуги, что может привести к оттоку потребителей, причинению убытков и нанесению вреда деловой репутации ООО «Фармаимпекс-Вятка» и ООО «Аптека «Протей»».

Статьей 10 bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности, недобросовестной конкуренцией являются все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смешение в отношении предприятия, продуктов, промышленной или торговой деятельности конкурента.

ООО «Республиканская аптека» не отрицает факт использования им изображения летящей божьей коровки (письмо Общества от 21.02.14 №012).

С учетом изложенного, Комиссия приходит к итоговому заключению, что в рассматриваемом случае имеются достаточные доказательства квалифицировать действия ООО «Республиканская аптека» нарушающими части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции, позволяют в одностороннем порядке воздействовать на условия обращения товара на рынке.

В соответствии с пунктом 5 части 1 статьи 49 Закона о конкуренции Комиссия при принятии [решения](consultantplus://offline/main?base=LAW;n=100422;fld=134;dst=100056) по делу о нарушении антимонопольного законодательства разрешает вопрос о выдаче предписаний и об их содержании, а также о необходимости осуществления других действий, направленных на устранение и (или) предотвращение нарушения антимонопольного законодательства.

С учетом прекращения использования ответчиком изображения «божьей коровки» и исполнения предписания МБУ «Городская реклама» и применяя правовые нормы в совокупности с положениями статьи 23 Закона о защите конкуренции, Комиссия считает, что поскольку в период рассмотрения настоящего дела ответчиком прекращено совершение действий, нарушающих антимонопольное законодательство, отсутствует необходимость выдачи ответчику предписания о прекращении нарушений антимонопольного законодательства.

В соответствии с пунктом 1 части 1 статьи 48 Федерального закона «О защите конкуренции» комиссия прекращает рассмотрение дела о нарушении антимонопольного законодательства в случае добровольного устранения нарушения антимонопольного законодательства лицом, совершившим такое нарушение.

Руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1 – 4 статьи 41, пунктом 1 части 1 статьи 48, частью 1 статьи 49 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать в действиях Общества с ограниченной ответственностью «Республиканская аптека» (ИНН 5257116359, 603028, г. Нижний Новгород, Московское шоссе, д. 126, П5) нарушение части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

2. Производство по делу №8/04-АМЗ-2014 прекратить.

Председатель Комиссии «…»

Члены Комиссии «…»