

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

### ОБ ОТЛОЖЕНИИ И ПРОДЛЕНИИ СРОКА

### РАССМОТРЕНИЯ ДЕЛА № А-14.6/27 2016

13 октября 2016 года

г. Благовещенск

Комиссия Амурского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства (далее – Комиссия) в составе: <...>, <...>, <...>,

рассмотрев дело № А-14.6/27 2016 по признакам нарушения обществом с ограниченной ответственностью «Завод Амурских Вод» (далее – ООО «Завод Амурских Вод»), ИНН 2801210476, находящимися по адресу 675000, Амурская область, г. Благовещенск, ул. Набережная 32, статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон «О защите конкуренции»), выраженного во введении в гражданский оборот продукции, маркированной спорными этикетками, имитирующими этикетки заявителя, связанные со смешением с товарами, вводимыми хозяйствующим субъектом-конкурентом – ИП <...> в гражданский оборот на территории Амурской области, установила:

В Амурское УФАС России поступило заявление ИП <...> на действия ООО «Завод Амурских Вод» и ИП <...>, выраженные в осуществлении деятельности по производству и введению в оборот товара – напитков (чай, морс) с нарушением интеллектуальных прав заявителя на дизайн этикеток производимых заявителем напитков (чай «Айси», морс «Айси»), а также с использованием дизайна этикеток, сходного до степени смешения с дизайном, обладателем прав на который является заявитель.

По результатам рассмотрения заявления приказом Амурского УФАС России от 19.07.2016 № 124 (в редакции приказа Амурского УФАС России от 19.09.2016 № 158) в соответствии с частью 4 статьи 44 Закона «О защите конкуренции» в отношении ООО «Завод Амурских Вод» возбуждено дело № А-14.6/27 2016 и создана Комиссия для рассмотрения дела по признакам нарушения статьи 14.6 Закона «О защите конкуренции». Определением от 20.07.2016 рассмотрение дела назначено на 18.08.2016 в 10 часов 00 минут. Определением от 18.08.2016 рассмотрение дела отложено на 20.09.2016 в 10 часов 00 минут. Определением от 20.09.2016 рассмотрение дела отложено на 13.10.2016 в 09 часов 30 минут.

На заседание Комиссии 18.08.2016 явились: от ответчика – <...>, <...>, <...>; от заявителя – <...>, <...>. Представители лиц, располагающих сведениями о рассматриваемых комиссией обстоятельствах, – ИП <...>, ООО «АМУРСКАЯ ТОРГОВАЯ КОМПАНИЯ ФЕНИКС», <...> не явились. Комиссией принято решение о рассмотрении дела при данной явке.

В письменных пояснениях по делу от 13.10.2016 заявитель пояснила следующее. Правовое основание, по которому заявитель использовал в период 2009-2014 годы тематические этикетки серий «АЙСИ ЧАЙ свежесваренный» и «АЙСИ ЯГОДА из сока свежих ягод» не имеет отношения к предмету рассматриваемого нарушения. Как следует из пункта 2 статьи 14.6 Закона «О защите конкуренции» состав акта недобросовестной конкуренции образует копирование или имитация упаковки и/или этикетки и/или наименования товара потерпевшего, цветовой гаммы или иных элементов, индивидуализирующих его товар, и не важно, на каком правовом основании потерпевший использует соответствующие упаковку, этикетку, которые подверглись копированию или имитации. Тематические этикетки серий «АЙСИ ЧАЙ свежесваренный» и «АЙСИ ЯГОДА из сока свежих ягод» были разработаны <...> в 2009 году по заказу и за счёт заявителя. Это усматривается из пункта 1.1 договора об отчуждении исключительных прав от 18.01.2016 (копия имеется в материалах дела). Договор на разработку рассматриваемых этикеток был заключен в устной форме, что не противоречит закону. Несоблюдение простой письменной формы договора подряда/возмездного оказания услуг не влечёт его недействительность (статьи 161, 162 Гражданского кодекса Российской Федерации, далее - ГК РФ). По условиям данной сделки <...> дал своё согласие на использование разработанных этикеток в предпринимательской деятельности заявителя. Подтверждением этому, кроме вышеуказанных документов, является факт отсутствия каких-либо претензий со стороны автора к заявителю по фактам использования этикеток в период с 2009 года до настоящего времени (как внесудебных, так и судебных). Таким образом, заявитель использовал в период 2009-2014 годов тематические этикетки серий «АЙСИ ЧАЙ свежесваренный» и «АЙСИ ЯГОДА из сока свежих ягод» с согласия их автора. Отсутствие в настоящее время на товарном рынке продукции заявителя, маркированной тематическими этикетками серий «АЙСИ ЧАЙ свежесваренный» и «АЙСИ ЯГОДА из сока свежих ягод» не имеет решающего значения. Как следует из постановления Суда по интеллектуальным правам от 03.06.2016 по делу № СИП-720/2015 хозяйствующий субъект, совершая акт недобросовестной конкуренции, может преследовать цель не смешения своих товаров, маркированных спорным обозначением, с продукцией другого лица (присутствующей в данный момент на рынке), а использование известности производимых им товаров, для того, чтобы привлечь внимание к собственной продукции (услугам). Довод о том, что руководство ООО «Завод Амурских Вод» не знало о том, что в период с 2009 по 2014 годы включительно, на товарном рынке г. Благовещенска и Амурской области в широкой продаже находились безалкогольные напитки тематических серий «АЙСИ ЧАЙ свежесваренный» и «АЙСИ ЯГОДА из сока свежих ягод» является надуманным и голословным. Сделан исключительно в целях избежания ответственности за содеянное. Доказательствами того, что вышеуказанные безалкогольные напитки находились в широкой продаже и интенсивно рекламировались заявителем, являются: документы, копии которых приложены к заявлению о нарушении антимонопольного законодательства от 10.06.2016 года, приложения №№ 16-39; товарные накладные, копии которых приложены к заявлению о предоставлении дополнительных документов от 07.07.2016, общим количеством 19 штук. К тому же, в начале 2016 года заявителем, в рамках приготовлений к повторному выходу на рынок с безалкогольными напитками серий «АЙСИ ЧАЙ свежесваренный» и «АЙСИ ЯГОДА из сока свежих ягод», размещена реклама данных товаров на грузовых автомобилях (фототаблица от 01.07.2016 имеется в материалах дела). Таким образом, не знать о продажах в 2009-2014 годах безалкогольных напитков

серий «АЙСИ ЧАИ свежесваренный» и «АЙСИ ЯГОДА из сока свежих ягод» было нельзя. Доказательств того, что руководство ответчика фактически не проживало на территории г. Благовещенска и Амурской области в период 2009-2014 годов в материалах дела нет. Ответчиком по настоящему делу является не руководство ООО «Завод Амурских Вод», а само юридическое лицо, как хозяйствующий субъект. Доводы ответчика по делу, о том, что в настоящее время известность тематических этикеток серий «АЙСИ ЧАИ свежесваренный» и «АЙСИ ЯГОДА из сока свежих ягод» среди потребителей г. Благовещенска и Амурской области утрачена не основаны на материалах дела. Наоборот, материалами дела подтверждено, что в период 2009-2014 годов включительно безалкогольные напитки тематических серий «АЙСИ ЧАИ свежесваренный» и «АЙСИ ЯГОДА из сока свежих ягод» находились в широкой продаже и интенсивно рекламировались заявителем. Сказанное также подтверждается Разделом 3 «Анализ полученных данных» Отчёта о социологическом исследовании «Изучение мнения жителей города Благовещенск по вопросу схожести этикеток и товара ИИ <...> с конкурентными этикетками и товаром ООО «Завод Амурских Вод» от 06.10.2016, из которого следует, что определённой части потребителей до сих пор знакома безалкогольная продукция серий «АЙСИ ЧАИ свежесваренный» и «АЙСИ ЯГОДА из сока свежих ягод». Конкурентные отношения между заявителем и ответчиком по делу имеют место по «товарной группе»: безалкогольные напитки. Это согласуется с понятиями «конкуренция», «хозяйствующий субъект» по статье 4 Закона «О защите конкуренции» и подтверждается документами, имеющимися в материалах дела: документы, копии которых приложены к заявлению о нарушении антимонопольного законодательства от 10.06.2016, приложения №№ 4-15; перечень производимой и реализуемой ООО «Завод Амурских Вод» продукции (письмо б/н от 14.09.2016, имеется в материалах дела); сведения об ассортименте продукции производимой ООО «Завод Амурских Вод» (письмо б/н от 14.09.2016, имеется в материалах дела). Относительно доводов ответчика по делу и ИП <...> о том, что отсутствует сходство до степени смешения между тематическими этикетками серий «АЙСИ ЧАИ свежесваренный» и «АЙСИ ЯГОДА из сока свежих ягод» и спорными этикетками ООО «Завод Амурских Вод» следует отметить, что в споре состоят не товарные знаки, а объекты авторского права, как произведения дизайна: этикетки заявителя из серии «АЙСИ ЧАИ свежесваренный» и «АЙСИ ЯГОДА из сока свежих ягод» и соответствующие дизайн-макеты, этикетки ООО «Завод Амурских Вод» из серии «ICE Чай свежесваренный» и «ICE Ягода из свежих ягод». Ни на момент введения в оборот товара, маркированного спорными этикетками (апрель 2016 года), ни в настоящее время все вышеуказанные этикетки не были зарегистрированы в качестве товарных знаков, они лишь заявлены к регистрации (и то не все). При установлении сходства до степени смешения, в первую очередь нужно исходить из общего впечатления (восприятия) произведений дизайна, сформированного творческим характером деятельности автора, а не из формальных критериев, установленных соответствующими методическими рекомендациями на товарные знаки. Иными словами, важную роль при установлении данного обстоятельства играет восприятие спорных этикеток заявителя и ответчика по делу как сходных/не сходных. Именно поэтому в настоящее время по заказу заявителя на территории г. Благовещенска НИ «Сибирский институт интеллектуальной собственности» проводит социологическое исследование, по результатам которого установлено, что значительная часть опрошенных потребителей могла бы спутать безалкогольные напитки заявителя с безалкогольными напитками ответчика, маркированными спорными этикетками. В

соответствии с пунктом 28 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации и Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 26.03.2009 № 5/29 «О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» - пока не доказано иное, результаты интеллектуальной деятельности предполагаются созданными творческим трудом. В материалах дела есть обращение ООО «Компания «ИНТЕГРАЛ», поданное в Роспатент в порядке статьи 1493 ГК РФ. Из содержания данного документа следует, что спорная этикетка серии «I SE ЯГОДА» (заявлена к регистрации в качестве товарного знака, заявка № 2016713063) сходна до степени смешения с тематической этикеткой серии «АЙСИ ЯГОДА из сока свежих ягод» (заявлена к регистрации в качестве товарного знака, заявка № 2016711004). Безалкогольные напитки (чай, морс) которые выпускались заявителем и ответчиком, и на которых использовались спорные этикетки предназначены для неограниченного круга потребителей, при этом представляют собой товар недорогой ценовой категории, в частности, розничная стоимость одной бутылки напитка, произведённого ответчиком равна 43-79 рублям (копии кассового чека № 497877 от 12.10.2016 и товарного чека № 497877 от 12.10.2016 прилагаются). В свою очередь, как следует из пунктов 3.1.5, 3.1.6 Методических рекомендаций по определению однородности товаров и услуг при экспертизе заявок на государственную регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания, утвержденных приказом Роспатента от 31.12.2009 № 198 потребители товаров широкого потребления приобретают данные товары, как правило, от случая к случаю, поэтому вероятность смешения в данной ситуации является более высокой; в отношении товаров краткосрочного пользования или дешёвых степень внимательности покупателей снижается, и вероятность смешения соответственно увеличивается, к таким товарам могут быть отнесены и продукты питания, а также напитки. В действиях ответчика имеет место не только имитация спорных этикеток заявителя и их использование в своей деятельности, но и имитация внешнего вида товара. Это выражается в следующем: совпадают форма и геометрические размеры бутылок; этикетки, в обоих случаях, выполнены на плёнке, одним из методов термопечати; этикетки и там и там нанесены на бутылки в одном и том же месте (верхняя часть бутылки, относительно условной середины); этикетки, в обоих случаях, обклеены вокруг бутылки целиком. К тому же, сходство усиливается одним и тем же колористическим оформлением сравниваемых этикеток. Как следует из статьи 4 Закона «О защите конкуренции», одним из признаков акта недобросовестной конкуренции является не только состоявшийся факт причинения убытков потерпевшему/вреда его деловой репутации, но и вероятность причинения таковых. Ни Закон «О защите конкуренции», ни ГК РФ, на нормах которого также основывается антимонопольное законодательство, не определяют размер причинённых или вероятных убытков как квалифицирующий признак акта недобросовестной конкуренции. Иными словами, даже если размер убытков равен самой незначительной сумме, к примеру, 100-00 рублей, действия подлежат определению как акт недобросовестной конкуренции. Заявителю, действиями ответчика уже причинены определённые убытки, равно, как и могут быть причинены ему в дальнейшем. Факт причинения убытков выражается в неполученном заявителем доходе от выдачи ответчику лицензии на использование тематических этикеток путём их переработки и дальнейшего использования в своей коммерческой деятельности. Это находит своё подтверждение в следующем: согласно пункту 5 статьи 1235 ГК РФ выплата вознаграждения по лицензионному договору может быть предусмотрена в форме фиксированных разовых или периодических платежей, процентных отчислений от дохода (выручки) либо в иной

форме. В соответствии с пунктом 3.2 договора об отчуждении исключительных прав от 18.01.2016 заявитель обязался выплачивать автору этикеток периодические процентные отчисления с цены каждой сделки, совершённой с этикетками в размере 3% от цены соответствующей сделки, но не менее 5000-00 рублей. Таким образом, в случае, если бы ответчик заключил с заявителем соответствующий лицензионный договор, то заявитель имел полное право определить размер вознаграждения по нему, ориентируясь на вышеуказанные процентные отчисления в пользу автора. Правомерность такого утверждения основана на пунктах 11-13 Федерального стандарта оценки «Общие понятия оценки, подходы и требования к проведению оценки (ФСО N 1)», утвержденного приказом Минэкономразвития России от 20.05.2015 № 297, которые определяют, что основными подходами, используемыми при проведении оценки, в том числе объектов интеллектуальной собственности, являются сравнительный, доходный и затратный подходы; при этом, сущность сравнительного подхода - это совокупность методов оценки, основанных на получении стоимости объекта оценки путем сравнения оцениваемого объекта с объектами-аналогами; сравнительный подход рекомендуется применять, когда доступна достоверная и достаточная для анализа информация о ценах и характеристиках объектов-аналогов; при этом могут применяться как цены совершенных сделок, так и цены предложений. Факт того, что Федеральный стандарт оценки «Общие понятия оценки, подходы и требования к проведению оценки (ФСО N 1)», утвержденный приказом Минэкономразвития России от 20.05.2015 № 297 применим в нашем случае следует из системного толкования пункта 3 данного стандарта, который определяет, что к объектам оценки относятся объекты гражданских прав, в отношении которых законодательством России установлена возможность их участия в гражданском обороте во взаимосвязи с пунктом 1 статьи 2, статьями 128, 129 ГК РФ, которыми определено, что охраняемые результаты интеллектуальной деятельности являются объектами гражданских прав, по общему правилу, не ограниченными в обороте. Из письма ответчика от 10.08.2016 за № 9 следует, что ответчик извлёк доход от производства и продажи товара, с нанесенными на него спорными этикетками в размере 521 184-00 рубля. Таким образом, заявитель, мог бы получить процентные отчисления по лицензии в размере 3% от вышеуказанного дохода (15 635-52 рублей). Однако он его не получил. В соответствии с пунктом 12 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.06.2015 № 25 «О применении судами некоторых положений Раздела 1 части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» размер подлежащих возмещению убытков должен быть установлен с разумной степенью достоверности; по смыслу пункта 1 статьи 15 ГК РФ в удовлетворении требования о возмещении убытков не может быть откачано только на том основании, что их точный размер невозможно установить; в этом случае размер подлежащих возмещению убытков определяется судом с учетом всех обстоятельств дела, исходя из принципов справедливости и соразмерности ответственности допущенному нарушению. Факт того, что действиями ответчика заявителю в дальнейшем могут быть причинены дополнительные убытки, в виде уменьшения дохода от продаж, находит свое подтверждение в следующем. Заявитель, в ближайшей перспективе, планирует повторно выйти на товарный рынок с продукцией, маркированной тематическими этикетками и осуществляет к этому реальные приготовления. Заключен договор об отчуждении исключительных прав от 18.01.2016 с автором тематических этикеток (гр. <...>). Проводится реконструкция производственной линии безалкогольных напитков серий «АЙСИ ЧАЙ свежесваренный» и «АЙСИ ЯГОДА из сока свежих ягод». Заказана разработка рекламной компании (стратегии) безалкогольных

напитков серий «АЙСИ ЧАЙ свежесваренный» и «АЙСИ ЯГОДА из сока свежих ягод» (копия договора прилагается). Размещена реклама безалкогольных напитков серий «АЙСИ ЧАЙ свежесваренный» и «АЙСИ ЯГОДА из сока свежих ягод» на грузовых автомобилях, используемых заявителем. Как следует из письма ответчика от 10.08.2016 за № 9 ответчик не прекратил производство товара, с использованием спорных этикеток, а лишь временно его приостановил. Соответственно, если решением по настоящему делу о нарушении антимонопольного законодательства будет отказано в удовлетворении поданного заявления, то ответчик возобновит производство спорной продукции, что неизбежно приведёт к столкновению с аналогичными товарами заявителя в ближайшей перспективе. Ответчик не изъял из розничной сети ранее выпущенный им товар, в материалах дела нет доказательств этому. Вследствие этого, вплоть до настоящего времени, в розничной продаже на территории г. Благовещенска, находится товар, произведённый ответчиком (копии кассового чека № 497877 от 12.10.2016 и товарного чека № 497877 от 12.10.2016). Таким образом, даже если ответчик прекратит в будущем производство спорного товара, это не исключает возможности столкновения товара заявителя с товаром ответчика, который уже был выпущен и поступил в розничную сеть. Как следует из Раздела 3 «Анализ полученных данных» Отчёта о социологическом исследовании «Изучение мнения жителей города Благовещенск по вопросу схожести этикеток и товара ИП <...> с конкурентными этикетками и товаром ООО «Завод Амурских Вод» от 06.10.2016 значительная часть опрошенных потребителей может спутать безалкогольные напитки заявителя с безалкогольными напитками ответчика, маркированными спорными этикетками. Возможность причинения заявителю действиями ответчика вреда деловой репутации находит своё подтверждение в следующем. Из фактических обстоятельств дела следует, что безалкогольные напитки, маркированные спорными этикетками, которые были выпущены ответчиком ещё в мае 2016 года, до сих пор находятся в розничной продаже. Нельзя исключить факт того, что некоторая часть потребителей, уже ознакомившись с продукцией ответчика, будет автоматически проецировать своё впечатление от продукта, на товар, который будет выпускаться заявителем в дальнейшем, и не исключено, что это снизит спрос на оригинальную продукцию заявителя. В постановлении Суда по интеллектуальным правам от 12.04.2016 по делу А28-10554/2015 суд указал, что «помимо этого, наличие контрафактных (поддельных) товаров на потребительском рынке причиняет вред деловой репутации правообладателя». Понятие акта недобросовестной конкуренции, закреплённое в статье 4 Закона «О защите конкуренции» не совсем согласуется с понятием акта недобросовестной конкуренции, закреплённого в международном договоре, участником которого является Россия. На основании пункта 2 статьи 10-bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883 актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах. Таким образом, данный международный акт, не определяет причинение/вероятность причинения потерпевшему убытков/вреда деловой репутации в качестве квалифицирующего признака рассматриваемой правовой категории. Далее, в силу статьи 15 Конституции Российской Федерации, пункта 3 статьи 2 Закона «О защите конкуренции» норма международного акта, в котором участвует Российская Федерация имеет приоритет над нормой национального закона. Кроме этого, о необходимости обязательного учёта приоритетных норм статьи 10-bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883 при рассмотрении дел о недобросовестной конкуренции в сфере интеллектуальной собственности, указано в следующих

документах: письмо ФАС России от 24.12.2015 № ИА/74666/15 «О применении «Четвёртого антимонопольного пакета» (п.9.6); постановление Пленума ВАС Российской Федерации от 17.02.2011 № 11 «О некоторых вопросах применения Особенной части Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» (п.161). Следовательно, выяснение факта причинение/вероятность причинения потерпевшему убытков/вреда деловой репутации не является определяющим при квалификации действий в качестве акта недобросовестной конкуренции в сфере интеллектуальной собственности. Это подтверждается не только вышеуказанными документами, но и судебными решениями по отдельным делам, в которых суд, квалифицируя действия в качестве акта недобросовестной конкуренции, опирается исключительно на норму статьи 10-bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883, не обращаясь к статье 4 Закона «О защите конкуренции». К примеру, арбитражное дело № СИП-720/2015, в котором в итоге Верховным судом Российской Федерации отказано в передаче дела на рассмотрение судебной коллегии по экономическим спорам с мотивировкой отсутствия существенных нарушений норм материального права.

В заседании Комиссии представители заявителя поддержали позицию по делу, изложенную в письме заявителя от 13.10.2016, ходатайствовали о приобщении к материалам дела в качестве дополнительных доказательств: кассового чека ООО «Прод Лайн» от 12.10.2016 № 497877 на приобретение напитков «Айс морс Лесные ягоды», «Айс чай с шиповником», «Айс Морс Клюква», «Айс чай с лимоном» (как указано в чеке); договора от 26.09.2016, заключенного заявителем с ООО «Вита Нова» на разработку рекламной стратегии напитков «Айси Чай свежесваренный», «Айси Ягода из сока свежих ягод», «Айси Чай с добавками» на 2017 год; выписки из Единого государственного реестра юридических лиц от 12.10.2016 в отношении ООО «Интеграл управление» ИНН 2801093635; оригинала Отчета о социологическом исследовании от 06.10.2016 НП «Сибирский институт интеллектуальной собственности»; заявления от 25.08.2004 о приеме на работу в ООО «Интеграл-Управление» в качестве дизайнера <...>; трудового договора от 26.08.2004 между ООО «Интеграл-Управление» и <...>; приказа ООО «Интеграл-Управление» от 26.08.2004 № 102 о приеме на работу <...> в качестве дизайнера в отдел маркетинга; заявления <...> от 26.11.2007 на увольнение; приказа от 10.12.2007 № 167 о прекращении действия трудового договора с <...>. Кроме того, представители заявителя просили Комиссию произвести визуальный осмотр экземпляров приобретенных 12.03.2016 напитков «Ice морс Лесные ягоды», «Ice чай с шиповником», «Ice Морс Клюква», «Ice чай с лимоном» с целью установления факта производства указанных напитков в мае 2016 года.

Как пояснили представители заявителя, <...> являлась сотрудником и работала на ИП <...> с 2004 года по 2007 год включительно в качестве дизайнера, имела на начальном этапе отношение к формированию задания по разработке спорных этикеток «Айси чай» и «Айси ягода». <...> работала в ООО «Интеграл управление», которое было учреждено <...>, и, используя наработки, могла использовать их для разработки этикеток ответчика, что могло быть сделано умышленно. Переписка по разработке, техническое задание не сохранились. Ответчик знал, что на территории г. Благовещенска распространялся товар заявителя с рассматриваемыми этикетками, чем и могло быть обусловлено обращение для разработки дизайна этикеток к <...>. Изображения на автомобилях заявителя

остались с прошлого периода, документы о понесенных затратах на аппликацию не сохранились. Регистрация прав на отарный знак с использованием разработанного <...> дизайном за ООО «Интеграл» еще не осуществлена, заявка на рассмотрении. По представленному представителями ответчика экземпляру этикетки пояснили, что ранее в группу компаний «Интеграл» входило ООО «Амурская Лимонадная Компания», учредителем которой была <...>, в 2014 году она была переименована в ООО «Ключель», которое действует до настоящего времени и производит безалкогольные напитки. Поставщиком являлся ООО «Амурская Лимонадная Компания», этикетка визуальна отличается от рассматриваемых, заказывалась в Китае, торговое название «Айси» использовалось в дальнейшем и <...>, продукт изготавливался в Китае. Возразили против приобщения этикетки к материалам дела, а также против ходатайства ответчика об отложении заседания по делу. Возможность урегулировать спор миром есть, но диалог с ответчиком отсутствует. Производителем товара в 2009-2013 годах была, как указывалось на этикетках, ИП <...> или ООО «Интеграл», но принципиального значения для дела это не имеет, поскольку заявитель и ответчик осуществляют деятельность на одном товарном рынке. Выходить на рынок с товаром с использованием этикеток, дизайн которых регистрируется в качестве товарного знака за ООО «Интеграл», планирует ИП <...>.

В письменных пояснениях по делу от 13.10.2016 ответчик указал, что исходя из заявления ИП <...>, деятельность по производству и реализации продукции с применением этикеток «Айси ягода» и «Айси чай» на территории Амурской области заявитель осуществлял в период со второй половины 2009 года по вторую половину 2013 года. В указанный период времени у заявителя отсутствовали права на использование дизайна этикеток серий «Айси ягода из сока свежих ягод» и «Айси чай свежесваренный», разработанного <...>. По состоянию на дату обращения с заявлением в антимонопольный орган заявитель деятельность по производству и реализации продукции с применением этикеток «Айси ягода» и «Айси чай» на территории Амурской области не осуществлял, и на сегодняшний день указанную деятельность также не осуществляет. Помимо указанного, ООО «Завод Амурских Вод» было зарегистрировано уполномоченным органом в качестве юридического лица 16.07.2015. На указанную дату регистрации ООО «Завод Амурских Вод» заявитель не осуществлял деятельность по производству и реализации продукции с применением этикеток «Айси ягода» и «Айси чай» на территории Амурской области более 2 лет. ООО «Завод Амурских Вод» начало деятельность по производству и реализации продукции с применением этикеток «ICE Ягода» и «ICE чай» в апреле 2016 года. Тем самым, с момента, когда заявитель прекратил деятельность по производству и реализации продукции с применением этикеток «Айси ягода» и «Айси чай» на территории Амурской области (вторая половина 2013 года) и до момента, когда ответчик начал осуществлять деятельность по производству и реализации продукции с применением этикеток «ICE Ягода» и «ICE чай» (апреля 2016 года) прошло практически 3 года. Руководство ООО «Завод Амурских Вод», принимая решение о начале деятельности по производству и реализации продукции с применением этикеток «ICE Ягода» и «ICE чай», не знало и не предполагало о том, что в 2009 году какое-либо юридическое лицо осуществляло на территории Амурской области деятельность по производству и реализации продукции с применением этикеток «Айси ягода» и «Айси чай». В связи с чем, ООО «Завод Амурских Вод», принимая решение о начале деятельности по производству и реализации продукции с применением

этикеток «ICE Ягода» и «ICE чай», не имело намерений каким-либо образом воспользоваться возможной «известностью» и «узнаваемостью» обозначения продукции заявителя «Айси ягода» и «Айси чай». В соответствии с общепризнанным в юридической науке подходом правонарушением является виновное, противоправное, наносящее вред обществу или отдельным субъектам деяние праводеспособного лица, влекущее юридическую ответственность. Юридическое лицо признается виновным в совершении нарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность соблюдать правила и нормы, но лицо не предприняло все зависящие от него меры по их соблюдению. Вина юридического лица выражается в непринятии всех необходимых и возможных мер для соблюдения требований антимонопольного законодательства. В силу статьи 14.6 Закона «О защите конкуренции» запрещаются действия (бездействие) хозяйствующего субъекта, способные вызвать смешение с деятельностью хозяйствующего субъекта-конкурента либо с товарами или услугами, вводимыми хозяйствующим субъектом-конкурентом в гражданский оборот на территории Российской Федерации. При рассмотрении дела о нарушении антимонопольного законодательства необходимо установить совокупность обстоятельств о том, были ли ООО «Завод Амурских Вод» приняты все зависящие от него меры по соблюдению закона и виновно ли оно в таком нарушении. Без выявления вины ООО «Завод Амурских Вод» невозможно установить состав нарушения ООО «Завод Амурских Вод» антимонопольного законодательства. Материалы дела не содержат доказательств обстоятельств, которые свидетельствуют не только о событии нарушения, но и о виновности ООО «Завод Амурских Вод», допустившего какие-либо нарушения Закона «О защите конкуренции». Факт наличия в действиях ООО «Завод Амурских Вод» нарушения антимонопольного законодательства материалами дела не подтверждается. По словам представителей заявителя, деятельность по производству и реализации продукции с применением этикеток «Айси ягода» и «Айси чай» на территории Амурской области в период со второй половины 2009 года по вторую половину 2013 года осуществлял не заявитель, а иное юридическое лицо. В этой связи какие-либо права заявителя - ИП <...> деятельностью ООО «Завод Амурских Вод» не нарушены и нарушены быть не могут.

Представители ответчика в заседании Комиссии поддержали позицию, изложенную в письме от 13.10.2016, заявили ходатайство о приобщении к материалам дела этикетки напитка «Айси Чай. Зеленый чай» производства пищевой напитокной компании с ограниченной ответственностью Вахаха, г. Харбин, Шуанчэн, КНР, импортер ООО «Амурская Лимонадная Компания», а также ходатайство об отложении заседания Комиссии в целях ознакомления с материалами дела. По представленным представителями заявителя экземплярам товара с использованием спорных этикеток подтвердили их производство ответчиком. Производство напитков со спорными этикетками приостановлено. Если будет признано нарушение, проще поменять этикетку. Но намерение в дальнейшем производить товар имеется.

Комиссия приняла решение о приобщении представленных лицами, участвующими в деле, доказательств к материалам дела, а также об удовлетворении ходатайства представителей ответчика об отложении заседания Комиссии в целях ознакомления с материалами дела.

Комиссия произвела визуальный осмотр представленных представителем

заявителя экземпляров приобретенных 12.10.2016 напитков «Ice морс Лесные ягоды», «Ice чай с шиповником», «Ice Морс Клюква», «Ice чай с лимоном», а также произвела фотосъемку бутылок с указанными напитками. Согласно маркировке на крышках бутылок указанные напитки произведены в мае 2016 года.

Заслушав пояснения представителей лиц, участвующих в деле, исследовав представленные в материалы дела сведения и документы, Комиссия приходит к выводу о необходимости получения дополнительных сведений и документов по делу и необходимости отложения заседания Комиссии.

На основании вышеизложенного и в соответствии с частью 1 статьи 45, частями 1, [5](#) статьи 47 Закона «О защите конкуренции» Комиссия Амурского УФАС России определила:

1. Продлить срок рассмотрения дела № А-14.6/27 2016 **до 20.12.2016**.
2. Отложить рассмотрение дела № А-14.6/27 2016.
3. Назначить рассмотрение дела № А-14.6/27 2016 **на 11.11.2016 в 10 часов 30 минут**.
4. **Заявителю в срок до 09.11.2016** представить следующие документы (информацию) в копиях, заверенных надлежащим образом:
  - письменную позицию с учетом доводов ответчика, озвученных в заседании Комиссии 13.10.2016, в том числе пояснения об осуществлении заявителем деятельности (продажи товара) с использованием дизайна этикеток, разработанного <...>, в 2014 году, документы, подтверждающие данные сведения;
  - иную информацию (документы), имеющую, по мнению заявителя, отношение к рассматриваемому делу.
5. **Ответчику в срок до 09.11.2016** представить следующие документы (информацию) в копиях, заверенных надлежащим образом:
  - письменную позицию с учетом доводов заявителя, озвученных в заседании Комиссии 13.10.2016 и представленных заявителем в материалы дела доказательств;
  - письменные пояснения об осуществлении продаж безалкогольных напитков с использованием спорных этикеток в магазинах торговой сети ООО «Прод Лайн» с учетом ранее заявляемых доводов ответчиком доводов о наличии договорных отношений по реализации данных напитков исключительно с ООО «АМУРСКАЯ ТОРГОВАЯ КОМПАНИЯ ФЕНИКС»;
  - иную информацию (документы), имеющую, по мнению ответчика, отношение к рассматриваемому делу.
6. <...>, **в срок до 09.11.2016** представить запрошенные определением по делу от 20.07.2016 документы в копиях (информацию), заверенные надлежащим образом (повторно):

- письменную позицию по делу;

- письменные пояснения по используемым в разработанных для ответчика этикетках элементам, в том числе разрабатывались данные элементы на основании предпочтений, прямого указания ответчика или самостоятельно, производился ли поиск и сравнение схожих элементов этикеток, производимых и реализуемых на дату разработки товаров, в целях исключения возможности создания смешения товаров ответчика с товарами иных лиц, в том числе с учетом доводов заявителя о том, что <...> участвовала на начальном этапе в разработке дизайна этикеток, созданного <...> и используемом в последствии заявителем;

- иную информацию (документы), имеющую, по Вашему мнению, отношение к рассматриваемому делу.

**Лица, участвующие в деле, могут представить письменные пояснения по делу в адрес Амурского УФАС России посредством отправки факсимильной связью на номер <...> (4162) 52-00-35 или посредством отправки электронной почтой на адрес [fo28@fas.gov.ru](mailto:fo28@fas.gov.ru) обязательно с последующей досылкой почтовым отправлением с прилагаемыми к пояснениям документами, либо нарочно по месту нахождения Амурского УФАС России (Амурская область, г. Благовещенск, ул. Амурская 150) в кабинет приемной канцелярии.**

**В соответствии с частью 5 статьи 19.8 КоАП РФ установлена административная ответственность за непредставление либо неполное представление документов (информации), а также предоставление заведомо недостоверных сведений (информации) по запросу Федерального антимонопольного органа, либо его территориальных органов.**

**Явка представителей лиц, участвующих в деле, с надлежащим образом оформленными полномочиями, а также предоставление запрашиваемых Комиссией сведений и документов в полном объеме обязательны.**

Председатель комиссии

<...>

<...>

<...>