

ООО «АлкоВорлд»

ул. Ригачина, д. 55,  
г. Петрозаводск, 185005

АО «Архангельский ликеро-  
водочный завод»

наб. Северной Двины, д. 120,  
г. Архангельск, 163001

## О П Р Е Д Е Л Е Н И Е

о назначении дела № 08/01/14.6-46/2021 о нарушении антимонопольного законодательства к рассмотрению

12 мая 2021 г. г. Москва

Председатель Комиссии ФАС России по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства Кашеваров А.Б.

## У С Т А Н О В И Л:

В Федеральную антимонопольную службу поступило заявление АО «Архангельский ликеро-водочный завод» (далее также - Заявитель) о нарушении антимонопольного законодательства со стороны ООО «АлкоВорлд» (далее также - Общество), выразившемся в недобросовестной конкуренции, связанной с введением в гражданский оборот на территории Российской Федерации водки и настоек под наименованием «Карельская», имитирующих продукцию АО «Архангельский ликеро-водочный завод». Анализ представленных документов показал следующее.

Заявитель производит и реализует водки и настойки под наименованием «Архангельская» с 2001 года на территории Российской Федерации. В настоящее время на рынке представлена линейка указанных товаров (водка «Архангельская Северная выдержка», водка «Архангельская Хлебная», водка «Архангельская Можжевельниковая ягода», водка «Архангельская Солодовая», водка «Архангельская Северные травы», настойка «Архангельская Северная выдержка Брусника», настойка «Архангельская Северная выдержка Вишня», настойка «Архангельская Чесночная с перцем», настойка «Архангельская Чесночная и перец», настойка «Архангельская Дубовая выдержка»). В актуальном дизайне водка «Архангельская» реализуется с 2014 года, настойки – с 2018 года.

Общество начиная с декабря 2019 г. – января 2020 г. производит и реализует водку и настойки под наименованием «Карельская» в спорном дизайне, что подтверждается фотографиями полок розничных торговых точек, чеками на приобретение спорной продукции, а также данными из Федерального реестра алкогольной продукции.

Таким образом, Заявитель и Общество являются хозяйствующими субъектами – конкурентами на товарном рынке крепкой алкогольной продукции.

По мнению Заявителя, внешний вид линейки продукции «Карельская» производства Общества в целом имеет признаки стилистической, текстовой, фонетической, графической имитации оформления продукции линейки «Архангельская» производства Заявителя. Подобные действия, по мнению Заявителя, способны вызвать у потребителей смешение с деятельностью «Архангельский ликеро-водочный завод» и/или с его продукцией.

При этом необходимо отметить, что ранее (июль 2017 г.) Общество начало вводить в оборот водку «Карельская Рыболовная», внешний вид которой значительно отличается от внешнего вида спорной линейки.

В подтверждение доводов об имитации линейки «Архангельская» со стороны Общества Заявителем представлен социологический опрос, проведенный Фондом «ВЦИОМ» в ноябре 2020 г. (далее – Социологический опрос).

Из содержания Социологического опроса следует, что:

54% респондентов полагают, что этикетки бутылок водки «Архангельская Северная выдержка» и «Карельская Северная легенда» схожи между собой по внешнему виду;

63% респондентов полагают, что бутылки водки «Архангельская Северная выдержка» и «Карельская Северная легенда» в целом схожи между собой;

45% респондентов полагают, что водка «Архангельская Северная выдержка» и водка «Карельская Северная легенда» выпускаются одним производителем либо производителями, сотрудничающими между собой;

35% респондентов допускают возможность перепутать водку «Архангельская Северная выдержка» и водку «Карельская Северная легенда» при покупке;

63% респондентов допускают, что могли бы воспринять водку «Архангельская Северная выдержка» и водку «Карельская Северная легенда» в качестве линейки продукции одного производителя;

59% респондентов полагают, что этикетки бутылок линеек алкогольной продукции «Архангельская» и «Карельская» схожи между собой по внешнему виду;

65% респондентов полагают, что бутылки линеек алкогольной продукции «Архангельская» и «Карельская» в целом схожи между собой;

48% респондентов полагают, что линейки алкогольной продукции «Архангельская» и «Карельская» выпускаются одним производителем либо производителями, сотрудничающими между собой;

40% респондентов допускают возможность перепутать линейки алкогольной продукции «Архангельская» и «Карельская» при покупке;

59% респондентов допускают, что могли бы воспринять линейки алкогольной продукции «Архангельская» и водку «Карельская» в качестве линейки продукции одного производителя.

Также в качестве довода о наличии в действиях Общества имитации линейки алкогольной продукции «Архангельская» Заявителем представлен анализ внешнего вида бутылок водки «Архангельская Северная выдержка» и «Карельская Северная легенда» согласно правилам, содержащимся в Руководстве по осуществлению административных процедур и действий в рамках предоставления государственной услуги по государственной регистрации товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака и выдаче свидетельств на товарный знак, знак обслуживания, коллективный знак, их дубликатов, утвержденного приказом ФГБУ ФИПС от 20.01.2020 № 12.

Заявитель обращает внимание, что угроза смешения линейки алкогольной продукции «Карельская» с линейкой алкогольной продукции «Архангельская» возрастает в связи с выкладкой указанной продукции на соседних полках в розничных торговых точках.

Также необходимо отметить, что алкогольная продукция линейки «Архангельская» и алкогольная продукция линейки «Карельская» находятся в одной ценовой категории (249-289 рублей), что повышает угрозу смешения на соответствующем рынке.

В подтверждение довода о направленности действий Общества на получение необоснованных конкурентных преимуществ Заявителем представлены следующие сведения.

Линейка алкогольной продукции «Архангельская» производства Заявителя получила широкое распространение на территории Российской Федерации. Согласно годовому отчету Beluga Group за 2019 год (<https://belugagroup.ru/upload/documents/%D0%93%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B8%CC%86%20%D0%>) объем продаж алкогольной продукции линейки «Архангельская» превысил 1,5 млн. декалитров.

Согласно операционным результатам Beluga Group за 2020 год (<https://belugagroup.ru/press-room/lenta/public/beluga-group-obyavlyaet-operatsionnye-rezultaty-za-iv-kvartal-i-polnyy-2020-god/>) объем продаж водки «Архангельская» в 2020 увеличился на 82%.

Заявителем вложен значительный объем денежных средств на продвижение указанной продукции в актуальном дизайне, что подтверждается соответствующими договорами, отчетами о проведении акций, актами выполненных работ. Также Заявитель является обладателем различных дипломов и сертификатов в отношении алкогольной продукции «Архангельская».

Необходимо отметить, что спорный дизайн не является общепринятым на рынке алкогольной продукции, а также значительно отличается от общей концепции оформления продукции Общества.

Указанные обстоятельства могут свидетельствовать о направленности действий Общества на получение необоснованных конкурентных преимуществ, а именно на использование репутации Заявителя в результате

смешения с продукцией линейки «Архангельская».

В соответствии со статьей 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. В частности, подлежат запрету все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смешение в отношении предприятия, продуктов или промышленной, или торговой деятельности конкурента.

Согласно части 2 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.06 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) не допускается недобросовестная конкуренция путем совершения хозяйствующим субъектом действий (бездействия), способных вызвать смешение с деятельностью хозяйствующего субъекта-конкурента либо с товарами или услугами, вводимыми хозяйствующим субъектом-конкурентом в гражданский оборот на территории Российской Федерации, в том числе копирование или имитация внешнего вида товара, вводимого в гражданский оборот хозяйствующим субъектом-конкурентом, упаковки такого товара, его этикетки, наименования, цветовой гаммы, фирменного стиля в целом (в совокупности фирменной одежды, оформления торгового зала, витрины) или иных элементов, индивидуализирующих хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товар.

На основании изложенного издан приказ ФАС России от 28.04.2021 № 422/21 о возбуждении дела и создании Комиссии по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства по признакам нарушения ООО «Алковорлд» (185005, Республика Карелия, г. Петрозаводск, ул. Ригачина, д. 55, ОГРН: 1171001003557, ИНН: 1001324828 ) пункта 2 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»,

руководствуясь частью 13 статьи 44 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»,

#### О П Р Е Д Е Л И Л:

1. Назначить дело № 08/01/14.6-46/2021 о нарушении антимонопольного законодательства к рассмотрению **на 31.05.2021 в 15.30** по адресу: Москва, Уланский пер., д. 16, корп. 1.

2. Привлечь к участию в рассмотрении дела № 08/01/14.6-46/2021 о нарушении антимонопольного законодательства в качестве

ответчика:

ООО «Алковорлд» (185005, Республика Карелия, г. Петрозаводск, ул. Ригачина, д. 55, ОГРН 1171001003557, ИНН 1001324828 );

заявителя:

АО «Архангельский ликеро-водочный завод» (163001, г. Архангельск, наб. Северной Двины, д. 120, ОГРН 1022900516110, ИНН 2900000293).

3. ООО «Алковорлд» представить в ФАС России письменную позицию по обстоятельствам дела № 08/01/14.6-46/2021.

Явка ответчика по делу № 08/01/14.6-46/2021 о нарушении антимонопольного законодательства или его представителей (с доверенностью на участие в рассмотрении дела) обязательна.

Примечания:

1. Согласно статье 43 Закона о защите конкуренции лица, участвующие в деле о нарушении антимонопольного законодательства с момента возбуждения дела имеют право знакомиться с материалами дела, делать выписки из них, представлять доказательства и знакомиться с доказательствами, задавать вопросы другим лицам, участвующим в деле, заявлять ходатайства, давать пояснения в письменной или устной форме комиссии, приводить свои доводы по всем возникающим в ходе рассмотрения дела вопросам, знакомиться с ходатайствами других лиц, участвующих в деле, возражать против ходатайств, доводов других лиц, участвующих в деле.

С материалами дела можно ознакомиться в Федеральной антимонопольной службе, контактный телефон (499) 755 23 23, доб. 088-851.

2. Прилагаемые документы должны представлять собой оригиналы или копии оригиналов, заверенные подписью руководителя (уполномоченного лица) и печатью юридического лица (уполномоченного лица) или подписью физического лица (уполномоченного лица).

Документы представляются на русском языке. В случае, если оригиналы документов составлены на иностранном языке, они представляются с заверенным переводом на русский язык с проставлением апостиля компетентного органа государства, в котором

этот документ был составлен, за исключением случаев, когда апостиль не требуется в соответствии с международным договором Российской Федерации.

3. Для обеспечения пропусков в здание Федеральной антимонопольной службы паспортные данные представителей необходимо направить по адресу электронной почты [zalevskaya@fas.gov.ru](mailto:zalevskaya@fas.gov.ru) за 3 рабочих дня до рассмотрения дела.

4. В соответствии с частью 2 статьи 42 Закона о защите конкуренции лица, участвующие в деле о нарушении антимонопольного законодательства вправе осуществлять свои права и обязанности самостоятельно или через представителей, полномочия которых подтверждаются документами, оформленными в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Исп.Залевская А.А.

тел.8(499)755-23-23 вн.088-851

