

(исх. № АК/19364 от 19.06.2009)

РЕШЕНИЕ
по делу № 1 14/18-09
о нарушении антимонопольного законодательства

04 июня 2009 года г. Москва

Комиссия Федеральной антимонопольной службы по рассмотрению дела № 1 14/18-09 о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

Председатель Комиссии

А.Б. Кашеваров - заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы

Члены Комиссии:

Н.Н. Карташов - начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Е.И. Гриднев - начальник отдела защиты от недобросовестной конкуренции Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

И.С. Покатович - главный специалист – эксперт отдела контроля защиты от недобросовестной конкуренции Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Д.А. Гаврилов - ведущий специалист – эксперт отдела защиты от недобросовестной конкуренции Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 1 14/18-09 о нарушении ЗАО «БрендТи» (адрес: 107392, г. Москва, Просторная ул., д.6; ОГРН/ИНН 1027739742040/7718203994) пункта 2 части 1 и части 2 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон «О защите конкуренции»),

УСТАНОВИЛА:

В Федеральную антимонопольную службу поступило заявление ООО «ТПАО Удача» (далее - Заявитель) о нарушении антимонопольного законодательства ЗАО «БрендТи» (Далее - Общество), выразившемся в недобросовестной конкуренции, связанной с введением в заблуждение в отношении производителя товара, а именно цейлонского чая под маркой «Dolche Vita», а также в недобросовестной конкуренции, связанной с приобретением и использованием исключительного права на словесный товарный знак «Dolce Vita» по международной регистрации №768181В.

Заявитель с 2003 года осуществляет реализацию на территории Российской Федерации цейлонского чая под маркой «Dolche Vita».

В подтверждение данного факта Заявитель представил: официальные письма компании Printcare Universal (Pvt) Ltd. от 16.09.2008 года касательно печати упаковок для чая «Dolche Vita» и о поступлении первичного заказа на чай торговой марки «Dolche Vita»; а также копии следующих документов: контракт №1/2002-М от 06.06.2002г., заключенный между Компанией «Jafferjee Brothers» и Заявителем, предметом которого является поставка готовой чайной продукции под названием «Dolche Vita» в ассортименте; ГТД 30028875 и 28296325 от 07.05.2003г. с

приложениями, подтверждающая получение ООО «Альдерона» от Компании «Jafferjee Brothers» чая черного байхового цейлонского фасованного листового торговой марки «Dolche Vita» в картонных коробках в рамках контракта №23/06/02-10 от 23.06.2002г.; договор поставки от 05.08.2002г. №88, заключенного между ООО «Альдерона» и Заявителем с товарной накладной №74 от 07.05.2003г., подтверждающей поставку чая «Dolche Vita» в ассортименте от ООО «Альдерона» Заявителю; сертификат соответствия №РОСС LK.AE.B 08053 продукции: чай черный и зеленый байховый «Dolche Vita», срок действия с 29.04.2003 по 29.04.2004, выдан ООО «Альдерона» с приложением; Санитарно-эпидемиологическое заключение №77.10.02.919.П.001658.04.03 от 29.04.2003г. с приложением, выданное ООО «Альдерона» на продукцию: чай черный и зеленый байховый «Dolche Vita»; коммерческий инвойс Jafferjee Brothers, подписанный в рамках контракта на поставку чая «Dolche Vita» от 26.05.2003г. №26/05/03-04 между компанией Jafferjee Brothers и ООО «ГрандАльтаир»; договор поставки от 06.06.2003г. №12, заключенный между ООО «ГрандАльтаир» и Заявителем и товарные накладные № 92 от 03.09.2003г. и № 110 от 10.07.2003г., подтверждающие поставку чая «Dolche Vita» в ассортименте от ООО «ГрандАльтаир» Заявителю; договор купли-продажи от 01.10.2003г. №17, заключенный между Заявителем и ООО КЦ «ИЖИМПЕКС» с товарными накладными №10 от 18.02.2004г. и №27 от 02.04.2004г., подтверждающими поставку чая «Dolche Vita» в ассортименте от Заявителя ООО КЦ «ИЖИМПЕКС»; договор купли-продажи от 20.07.2003г. №12, заключенным между Заявителем и ЗАО «СИСТЕМА ЗЕРНОСТАНДАРТ» с товарными накладными №7 от 06.02.2004г. и №69 от 01.11.2004г., подтверждающими поставку чая «Dolche Vita» в ассортименте от Заявителя ЗАО «СИСТЕМА ЗЕРНОСТАНДАРТ»; договор купли-продажи от 11.01.2005г. №1, заключенный между Заявителем и ООО «Глобус» с товарной накладной №18 от 09.03.2005г., подтверждающей поставку чая «Dolche Vita» в ассортименте от Заявителя ООО «Глобус»; газету «Море чая» за февраль 2006, распространяющейся в сети магазинов «Море чая» в г. Санкт – Петербург, а также экземпляры упаковок чая «Dolche Vita».

Чай под маркой «Dolche Vita» производится в ассортименте, включающем несколько десятков наименований, фасуется в картонной и жестяной упаковке различных размеров и формы.

Характерной особенностью всей линии чая реализуемого Заявителем является единый оригинальный дизайн упаковки, выражающийся в использовании в дизайне упаковки фрагментов различных живописных произведений искусства. Заявитель отмечает, что чайная продукция с названием «Dolche Vita» распространяется в различных регионах Российской Федерации, в том числе на территории г. Москвы, г. Санкт - Петербурга, Московской и других областях. В 2007 году Заявителю стало известно, что Общество начало реализацию на товарном рынке Российской Федерации чая под названием «Dolche Vita» с использованием упаковки полностью скопированной с упаковки чая реализуемого Заявителем.

Отличие между чаем реализуемым Заявителем и чаем реализуемым Обществом заключается лишь в указании на упаковке различных производителей чая в Шри Ланке и незначительных изменений технических надписей.

Изготовителем чая «Dolche Vita» реализуемого на территории Российской Федерации Заявителем, являются Компания «JAFFERJEE BROTHERS» (150, St. Joseph's Street Colombo 14 Sri Lanka), и Компания «EXPOLANKA TEAS (PVT) LIMITED» (245/50, Avissawella Road, Wellampitiya, Colombo, Sri Lanka).

Чай «Dolche Vita», реализуемый на территории Российской Федерации Обществом, изготавливает Компания «EMPIRE TEAS (PVT) LTD.» (12/1 Ananda Balika

Mawatha Kotte Sri Lanka).

Кроме того, 29.08.2007 года в адрес Заявителя поступило письменное уведомление от Общества с требованием прекратить реализацию продукции, маркированной товарным знаком «Dolche Vita», поскольку, по мнению Общества, этим нарушаются его исключительные права на товарный знак «Dolce Vita» по свидетельству о международной регистрации №768181В зарегистрированной по 29,30,31 и 33 классам МКТУ.

В тоже время Общество, стало правообладателем указанного товарного знака только с 12.01.2006 года.

Заявитель отмечает, что написание товарного знака, которым маркируется продукция Общества, совпадает с написанием - «Dolche Vita» используемым Заявителем, а не с написанием товарного знака «Dolce Vita», права на который принадлежат Обществу.

Согласно пункту 2 части 1 статьи 14 Закона «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция, связанная с введением в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителя.

Согласно части 2 статьи 14 Закона «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ или услуг.

Таким образом, Заявитель считает, что в действиях Общества, связанных с введением в заблуждение в отношении производителя товара, а именно цейлонского чая под маркой «Dolche Vita», а также, связанных с приобретением и использованием исключительного права на словесный товарный знак «Dolce Vita» по международной регистрации №768181В содержатся признаки недобросовестной конкуренции.

Общество, не согласившись с доводами Заявителя представил письменный отзыв из которого следует, что в материалах дела отсутствуют какие либо доказательства авторства Заявителя на спорный оригинальный дизайн упаковки для чая «Dolche Vita» и указало на отсутствие конкурентных отношений между Заявителем и Обществом.

Также Обществом был представлен договор № АВТ-001 от 18.12.2001 года заключенный между Грибковым Олегом Анатольевичем и Обществом на предмет предоставления исключительных прав на использование объектов авторского права: словосочетания DOLCHE VITA, дизайн макет лицевой стороны упаковки для чая DOLCHE VITA и дизайн – макет упаковки в целом, согласно приложениям к договору. Согласно указанному договору автор гарантирует наличие у него авторских прав на предоставляемые по договору объекты авторского права. На основании изложенного Общество просит ФАС России, отказать Заявителю в удовлетворении его требований и прекратить производство по делу № 1 14/18-09 о нарушении антимонопольного законодательства в связи с отсутствием факта нарушения антимонопольного законодательства.

Комиссия ФАС России, рассмотрев все приложенные к материалам дела № 1 14/18-09 о нарушении антимонопольного законодательства доказательства и выслушав представителей Заявителя и Общества, установила следующие обстоятельства.

Заявитель и Общество специализируются на продаже цейлонского чая на территории Российской Федерации, таким образом, оба хозяйствующих субъекта работают на рынке чая Российской Федерации, следовательно, являются хозяйствующими субъектами – конкурентами.

Заявитель с 2003 года начал осуществлять реализацию цейлонского чая «Dolche Vita» в рамках договора купли – продажи № 12 от 20.07.2003 года, заключенного с ООО КЦ «ИЖИМПЕКС» в ассортименте согласно товарным накладным № 10 от 18.02.2004 года и № 27 от 02.04.2004 года, а также в рамках заключенного договора купли – продажи № 17, заключенного с ЗАО «СИСТЕМА ЗЕРНОСТАНДАРТ» в ассортименте согласно товарным накладным № 7 от 06.02.2004 года и № 69 от 01.11.2004 года, и в рамках договора купли – продажи № 1 от 11.01.2005 года, заключенного с ООО «Глобус» в ассортименте согласно товарной накладной № 18 от 09.03.2005 года. Также в материалах дела имеется жестяная банка цейлонского чая «Dolche Vita» с датой производства маркированной от 12/2003 года, произведенная Компанией «JAFFERJEE BROTHERS».

Изготовителем чая «Dolche Vita» реализуемого на территории Российской Федерации Заявителем, является: Компания «JAFFERJEE BROTHERS» (150, St. Joseph's Street Colombo 14 Sri Lanka), и Компания «EXPOLANKA TEAS (PVT) LIMITED» (245/50, Avissawella Road, Wellampitiya, Colombo, Sri Lanka), что подтверждается имеющимися в материалах дела образцами чайной продукции «Dolche Vita».

Характерной отличительной особенностью линии чая «Dolche Vita» является единый дизайн упаковки, включающий фрагменты различных живописных произведений искусства.

Заявителем на заседании Комиссии ФАС России были продемонстрированы книги с репродукциями различных художественных произведений, которые используются при художественном оформлении упаковок чая «Dolche Vita», реализуемого Заявителем. Копии страниц из указанных книг с репродукциями картин присутствующих на коробках чая «Dolche Vita» представлены в материалы дела № 1 14-18-09 о нарушении антимонопольного законодательства, и отмечены Заявителем грифом «Конфиденциально».

В 2007 году Заявителю стало известно, что Обществом при реализации чая под названием «Dolche Vita» производства компании «EMPIRE TEAS (PVT) LTD» полностью копируется дизайн упаковки чая, реализуемого Заявителем.

Для принятия решения о наличии либо отсутствии признаков недобросовестной конкуренции в действиях Общества ФАС России поручил на основании государственного контракта на проведение научно – исследовательских работ от 03.06.2008 №15 ОАО «Всероссийский Центр изучения общественного мнения» (далее - ОАО «ВЦИОМ») провести социологический опрос на предмет возможного введения в заблуждение потребителей относительно производителя линии чая «Dolche Vita», а именно шести пар упаковок чая «Dolche Vita» реализуемого Заявителем и Обществом:

- 1) пакетированный черный чай Эрл Грей;
- 2) пакетированный черный чай Стандарт Винзор;
- 3) пакетированный зеленый чай Клубника со сливками;
- 4) пакетированный черный чай Карамель;
- 5) рассыпной черный чай Стандарт Марракеш;
- 6) рассыпной черный чай Эрл Грей в жестяных банках.

Из отчета по результатам социологического исследования по теме: «Определение степени смешения упаковок чая «Dolche Vita», реализуемых Заявителем и Обществом на территории Российской Федерации следует, что:

- 1) 68,7% опрошенных респондентов считают, что упаковки пакетированного черного чая Эрл Грей похожи, 88,3% процента опрошенных респондентов в качестве основного элемента сходства отметили рисунок на упаковках чая, 53,3 % респондентов ответили, что могли бы перепутать упаковки указанного чая и по ошибке купить не тот чай, 52,7 % опрошенных считает, что чай производит одна и та же компания;
- 2) 84,7% опрошенных респондентов считают, что упаковки пакетированного черного чая Стандарт Винзор похожи, 87,4% процента опрошенных респондентов в качестве основного элемента сходства отметили рисунок на упаковках чая, 82,7 % респондентов ответили, что могли бы перепутать упаковки указанного чая и по ошибке купить не тот чай, 62,7% опрошенных считает, что чай производит одна и та же компания;
- 3) 58,7% опрошенных респондентов считают, что упаковки пакетированного зеленого чая Клубника со сливками похожи, 94,3% процента опрошенных респондентов в качестве основного элемента сходства отметили рисунок на упаковках чая, 62,0% респондентов ответили, что могли бы перепутать упаковки указанного чая и по ошибке купить не тот чай, 43,3% опрошенных считает, что чай производит одна и та же компания;
- 4) 85,4% опрошенных респондентов считают, что упаковки пакетированного черного чая Карамель похожи, 92,2% процента опрошенных респондентов в качестве основного элемента сходства отметили рисунок на упаковках чая, 82,6% респондентов ответили, что могли бы перепутать упаковки указанного чая и по ошибке купить не тот чай, 73,3% опрошенных считает, что чай производит одна и та же компания;
- 5) 43,3% опрошенных респондентов считают, что упаковки рассыпного черного чая Стандарт Марракеш похожи, 96,9% процента опрошенных респондентов в качестве основного элемента сходства отметили рисунок на упаковках чая, 44,6% респондентов ответили, что могли бы перепутать упаковки указанного чая и по ошибке купить не тот чай, 34,7% опрошенных считает, что чай производит одна и та же компания;
- 6) 71,3% опрошенных респондентов считают, что упаковки рассыпного черного чая Эрл Грей в жестяных банках не похожи в качестве главного отличия назывался разный размер банок, однако ВЦИОМ отмечает, что при покупке чая в месте продаж размер упаковок не влияет в столь сильной степени на идентификацию производителя, как другие элементы оформления упаковок (рисунок и т.п.) 76,2% процента опрошенных респондентов в качестве основного элемента сходства отметили рисунок на упаковках чая, 84,6% респондентов ответили, что не смогли бы перепутать упаковки указанного указывая на размер упаковки, 33,3% опрошенных считает, что чай производит одна и та же компания.

В отношении договора № АВТ-001 необходимо отметить, что Общество было создано 18.01.2002 года, а договор № АВТ-001 датирован от 18.12.2001.

Учитывая изложенное, Комиссия ФАС России по рассмотрению дела №1 14/18-09 о нарушении антимонопольного законодательства приняла решение о назначении экспертизы печати ЗАО «БрендТи» поставленной на указанном договоре в связи с чем, был направлен запрос в «МосРеестр».

По данным «МосРеестра» (письмо от 02.04.2009 №МП/09-96) печать Общества является единственной, дата ее изготовления 23.01.2002 год.

Таким образом, указанный договор был составлен с несуществующим на тот момент юридическим лицом, поскольку:

- 1) согласно части 3 статьи 49 Гражданского кодекса Российской Федерации

правоспособность юридического лица возникает в момент его создания и прекращается в момент внесения записи о его исключении и единого государственного реестра юридических лиц;

2) согласно пункту 5 статьи 2 Федерального закона от 26.12.1995 № 208-ФЗ «Об акционерных обществах» общество считается созданным как юридическое лицо с момента его государственной регистрации в установленном федеральными законами порядке.

3) согласно пункту 2 статьи 11 Федерального закона от 08.08.2001 № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» моментом государственной регистрации юридического лица признается внесение регистрирующим органом соответствующей записи в соответствующий государственный реестр.

4) соответствии со 168 статьей части 1 Гражданского кодекса Российской Федерации сделка, не соответствующая требованиям закона или иных правовых актов, ничтожна, если закон не устанавливает, что такая сделка оспорима, или не предусматривает иных последствий нарушения.

Принимая во внимание изложенное, необходимо отметить, что авторский договор № АВТ-001 ничтожен.

Кроме того, имеющиеся материалы, а именно упаковки чая «Dolche Vita» реализуемые показывают, что Общество использует не оригинального решения, созданного творческим трудом автора (Грибкова Олега Анатольевича) которое, выполнено в черно белом цвете, а применяет на упаковках чая оригинальное решение используемое Заявителем, а именно цвет и не содержащиеся в оригиналах картин, присутствующих на лицевой стороне упаковок чая «Dolche Vita» элементы. В подтверждение тому, также необходимо отметить, что при разработке оригинального дизайна упаковок чая «Dolche Vita» Заявителем при нанесении изобразительного элемента в него вносились некоторые изменения (доказательством тому, служат конфиденциальные материалы дела), указанные изменения картин полностью содержатся на упаковках чая «Dolche Vita», реализуемого ЗАО «БрендТи».

Отсутствуют доказательства, свидетельствующие о введении Обществом на товарный рынок Российской Федерации чая «Dolche Vita» с использованием спорной упаковки, ранее чем это сделал Заявитель.

Также Общество не смогло указать, какие произведения искусства используются им на упаковках чая «Dolche Vita», который оно реализует.

Таким образом, довод Общества о том, что спорный дизайн упаковки чая «Dolche Vita» был разработан Обществом независимо от Заявителя не подтверждается. Учитывая то, что Заявитель осуществлял реализацию чая «Dolche Vita» используя оригинальный дизайн упаковки с 2003 года можно сделать вывод о том, что Общество своими действиями, связанными с копированием упаковок линии чая «Dolche Vita» реализуемой Заявителем, умышленно вводит потребителей в заблуждение в отношении его производителя.

Доказательствами, подтверждающими, что Заявитель вводит в гражданский оборот на территории Российской Федерации чай «Dolche Vita» с использованием на упаковках указанного чая различные произведения искусства служат совокупность, представленных Заявителем доказательств: присутствующие в материалах дела копии договоров купли – продажи с копиями товарных накладных, чай «Dolche Vita» в жестяной банке производства Компании «JAFFERJEE BROTHERS» с датой производства 12/2003 года, а также газета «Море чая» за февраль 2006.

Вместе с тем Общество не представляло доказательств того, что Заявитель с 2003

года вводил на территории Российской Федерации чай «Dolche Vita» в иной упаковке.

Представители Общества также отметили, что согласно части 1 статьи 1266 Гражданского кодекса Российской Федерации не допускается без согласия автора внесение в его произведение изменений, сокращений и дополнений, снабжение произведения при его использовании иллюстрациями, предисловием, послесловием, комментариями или какими бы то ни было пояснениями (право на неприкосновенность произведения).

Таким образом, Общество считает, что действия не нарушают прав Заявителя, поскольку дизайн создан с нарушением норм законодательства, т.е. с нарушением прав авторов картин и не выдерживает условия оригинального решения, созданного творческим трудом автора.

Учитывая, что действия по использованию на упаковке чая «Dolche Vita» начиная с 2003 года, следовательно на указанные действия распространялись нормы закона Патентный закон Российской Федерации от 23.09.1992 № 3517-1, в которых отсутствовал запрет на неприкосновенность произведения.

Кроме того, Общество на общем собрании акционеров, состоявшемся 25.05.2009 года, единогласно приняло решение прекратить с 26.05.2009 производство чайной продукции «Dolche Vita» в существующем дизайне, что подтверждается выпиской из решения собрания акционеров Общества от 25.05.2009.

В соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.06 №135-ФЗ «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция, связанная с введением в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителя.

Обстоятельства дела подтверждают наличие в действиях Общества всех признаков недобросовестной конкуренции, указанных в пункте 2 части 1 статьи 14 Закона «О защите конкуренции»:

1) направленность на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности над Заявителем, выразилась в привлечении новых покупателей к продукции Общества без затрат на ее продвижение (реклама, выставки и т.д.), а только за счет реализации своей продукции, а именно чая «Dolche Vita» в упаковке, сходной по оригинальному решению с упаковкой чая «Dolche Vita»;

2) противоречие действующему законодательству, а именно пункту 1 части 3 статьи 10bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883, запрещающей все любые действия, каким бы то ни было образом способные вызвать смешение в отношении продукции хозяйствующих субъектов-конкурентов;

3) способность причинения убытков конкуренту выразилась в том, что вследствие введения в гражданский оборот Обществом на территории Российской Федерации чая «Dolche Vita» с использованием упаковки сходной по оригинальному решению с упаковкой чая «Dolche Vita», реализуемого Заявителем, Заявитель лишается возможности эффективно реализовывать свой товар, что в свою очередь не может не сказаться на его прибыли и перераспределения спроса.

При таких обстоятельствах действия Общества связанные с введением в гражданский оборот Обществом на территории Российской Федерации чая «Dolche Vita» в упаковке сходной по оригинальному решению с упаковкой чая «Dolche Vita», реализуемого Заявителем, противоречат законодательству

Российской Федерации, направлены на получение преимуществ в предпринимательской деятельности и могут причинить убытки Заявителю.

Кроме того, следует отметить, что Общество только 12.12.2006 года приобрело исключительные права на словесное обозначение «Dolce Vita» путем уступки Компанией «Laoag Handel AB» Vaesterangnsvaeden 3A ENEBYBERG (SE) SE-182 46 national of SE (Швеция) прав на товарный знак по международной регистрации №768181В с конвенционным приоритетом от 25.04.2001 года по 29,30,31 и 33 классам МКТУ, в пользу Общества.

Впоследствии в адрес Заявителя поступило письменное уведомление от Общества о прекращении нарушения Заявителем исключительных прав на товарный знак «Dolce Vita» (международная регистрация №768181В) посредством снятия чайной продукции с реализации, в противном случае Общество оставляет за собой право обратиться в правоохранительные органы, а также в Арбитражный суд с заявлением о нарушении Заявителем исключительных прав на товарный знак №768181В.

Согласно данным Роспатента словесное обозначение «Dolche Vita» сходно до степени смешения со словесным товарным знаком «Dolce Vita» по свидетельству о международной регистрации №768181В, принадлежащим Заявителю, в силу выявленного фонетического, семантического сходства до степени смешения. В результате использования словесное обозначение «Dolche Vita» в гражданском обороте для однородных товаров может возникнуть вероятность смешения. Общество начало реализацию чая под маркой «Dolche Vita» лишь с января 2007 года, что подтверждается образцами чайной продукции «Dolche Vita» с указанием на них даты производства от 2006 года и счет – фактура № 166 от 05.07.07 и товарная накладная № 166 от 05.07.2007 кроме того, ЗАО «Бренд Ти» при реализации чайной продукции использует не свое написание товарного знака «Dolce Vita», а словесное обозначение «Dolche Vita», которое компания Заявителя использует с 2003 года, что подтверждается имеющимися материалами дела. На заседании Комиссии ФАС России, представители Общества не представили доказательств реализации чая «Dolche Vita» ранее начала реализации чая «Dolche Vita» Заявителем.

Изложенное позволяет сделать вывод о том, что Заявитель, созданный в 1999 году начал вводить в гражданский оборот на территории Российской Федерации цейлонский чай используя словесное обозначение «Dolche Vita» начиная с 2003 года, в то время, как Общество созданное в 2002 году, приобрело исключительные права на словесный товарный знак «Dolce Vita» по свидетельству о международной регистрации №768181В только 12.12.2006 года, а реализует цейлонский чай используя словесное обозначение «Dolche Vita» только с 2007 года. В материалах дела отсутствуют доказательства, свидетельствующие о введении Обществом на рынок Российской Федерации чая «Dolche Vita» с использованием спорного названия.

Согласно части 2 статьи 14 Закона «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ или услуг.

Общество полагает, учитывая п.5 части 2 статьи 1512 Гражданского Кодекса Российской Федерации, что актом недобросовестной конкуренции может быть признаны только действия по регистрации товарного знака. Такие действия отсутствуют у Общества, исключительные права на указанный товарный знак были приобретены по частичной уступке товарного знака 768181 с приоритетом от

24.04.2001 года, принадлежавшего ранее Компании Laoag Handel AB (Швеция). Кроме того, общество отмечает, что в соответствии с общеправовым принципом законы не имеют обратной силы, если иное прямо не предусмотрено законом. Из нормы пункта 1 статьи 4 ГК РФ, и норм антимонопольного законодательства и законодательства, регулирующего правоотношения в области товарных знаков следует, что аннулирование полное или частичное (в отношении чая в рассматриваемом деле) в связи с признанием действий по его регистрации актом недобросовестной конкуренции допускается лишь в отношении тех товарных знаков, которые зарегистрированы после вступления в силу Закона «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» от 11.12.2002.

Изменения в антимонопольное законодательство вступили в силу с 12.10.2002 года в котором был установлен запрет на недобросовестную конкуренцию, выраженную в приобретении и использовании исключительных прав на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ или услуг. Это означает, что международная регистрация №768181В от 18.10.2001 года, т.е. произведенная до 27.12.2002 года, не может быть признана актом недобросовестной конкуренции.

Согласно части 2 статьи 14 Закона «О защите конкуренции» приобретение исключительных прав может быть выражено, как в форме регистрации исключительных прав на товарный знак, так и в форме приобретения исключительных прав на товарный знак путем уступки исключительных прав одним хозяйствующим субъектом в пользу другого.

Также следует отметить, что часть 2 статьи 14 Закона «О защите конкуренции» также является лишь одной из форм недобросовестной конкуренции, перечень которой не являлся исчерпывающим. Запрет на действия хозяйствующих субъектов, связанных с недобросовестной конкуренцией на территории российской Федерации установлен с 22.03.1991 в соответствии с Законом РСФСР от 22.03.91 №948-1 "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках».

Кроме того, 19 сентября 1968 года были ратифицированы нормы Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883 согласно которым актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах.

Таким образом, необходимо сделать вывод о том, что и запрет на действия Общества, выразившихся в недобросовестной конкуренции по приобретению исключительных прав на словесный товарный знак «Dolce Vita» по свидетельству о международной регистрации № 768181В с 1991 года признаются актом недобросовестной конкуренции.

Обстоятельства дела подтверждают наличие в действиях Общества всех признаков недобросовестной конкуренции, указанных в части 2 статьи 14 Закона «О защите конкуренции»:

1) действия Общества направлены на получение преимуществ в предпринимательской деятельности над конкурентом и выразились в попытке ограничения использования Заявителем словесного обозначения «Dolche Vita» применяемого им при введении чая в гражданский оборот на территории Российской Федерации.

2) действия Общества противоречат требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и выражаются в приобретении и использовании исключительных прав на словесный товарный знак «Dolce Vita» по свидетельству о международной регистрации №768181В в тот период, когда словесное

обозначение «Dolche Vita» уже использовалось Заявителем,

3) возможность причинения убытков Заявителю выражается в предъявлении претензий Общества о прекращении незаконного использования товарного знака «Dolche Vita», посредством снятия чайной продукции с реализации, в противном случае Общество оставляет за собой право обратиться в правоохранительные органы, а также в Арбитражный суд с заявлением о нарушении Заявителем исключительных прав на товарный знак №768181В, принадлежащий Обществу.

При таких обстоятельствах действия Общества по приобретению и использованию исключительных прав на словесный товарный знак «Dolce Vita» по свидетельству о международной регистрации №768181В, по 30 классу МКТУ противоречат принципам добропорядочности, разумности, справедливости, направлены на получение преимуществ в предпринимательской деятельности и могут причинить убытки Заявителю.

Принимая во внимание упомянутые обстоятельства, и руководствуясь статьей 4, пунктом 2 части 1 и частью 2 статьи 14, частью 1 статьи 39 и статьей 49 Закона «О защите конкуренции», Комиссия

Р Е Ш И Л А:

- 1) Признать действия ЗАО «БрендТи» на рынке чая Российской Федерации, выразившиеся в введении в гражданский оборот на территории Российской Федерации чая «Dolce Vita» с копированием дизайна упаковки чая «Dolce Vita», реализуемого ООО «ТПАО УДАЧА», актом недобросовестной конкуренции противоречащим пункту 2 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.06 №135-ФЗ «О защите конкуренции»;
- 2) Выдать ЗАО «БрендТи» предписание о прекращении нарушения части пункта 2 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.06 №135-ФЗ «О защите конкуренции»;
- 3) Признать действия ЗАО «БрендТи», на рынке чая Российской Федерации, связанные с приобретением и использованием исключительных прав на словесный товарный знак «Dolce Vita» по свидетельству о международной регистрации №768181В, по 30 классу МКТУ, актом недобросовестной конкуренции, противоречащим части 2 статьи 14 Федерального закона от 26.07.06 №135-ФЗ «О защите конкуренции».

Перечень территориальных органов ФАС России с их актуальными адресами можно скачать внизу страницы