

РЕШЕНИЕ

по делу № 1-14-37/00-08-18

о нарушении антимонопольного законодательства

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «15» мая 2018 г.

В полном объеме решение изготовлено «23» мая 2018 г.

Комиссия Федеральной антимонопольной службы по рассмотрению дела № 1-14-37/00-08-18 о нарушении антимонопольного законодательства в составе: <.....>, рассмотрев в присутствии представителей АО «Бастион» и ОАО «Уссурийский бальзам» <.....> (по доверенностям от 01.03.2018 и 01.01.2018) и в отсутствии <.....>, извещенного надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела,

дело № 1-14-37/00-08-18 о нарушении антимонопольного законодательства по признакам нарушения АО «Бастион» (614990, Пермский край, г. Пермь, ул. Героев Хасана, 104; ОГРН/ИНН 1025900885955/5904101820) и ОАО «Уссурийский бальзам» (692519, Приморский край, г. Уссурийск, ул. Краснознаменная, д. 49; ОГРН/ИНН 1022500856795/2511003566) пункта 1 статьи 14.2 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - Закон «О защите конкуренции»),

УСТАНОВИЛА:

В Федеральную антимонопольную службу поступило заявление гражданина РФ, который приобрел в магазине «Красное и Белое» алкогольный напиток CAPTAIN S RUM, полагая, что покупает недорогой ром, исходя из наименования, изображенного на этикетке крупными, бросающимися в глаза буквами. Однако после более детального осмотра оказалось, что купленный алкогольный напиток является полусладкой настойкой «Капитанский со вкусом рома серебря». Данная настойка произведена из ректифицированного спирта с добавлением ароматических спиртовых настоев и пищевых ароматизаторов и имитирует по вкусу и упаковке ром.

Данные действия Заявитель считает нарушением запрета на недобросовестную конкуренцию, установленного Законом «О защите конкуренции».

Комиссия ФАС России по рассмотрению дела № 1-14-37/00-08-18 о нарушении

антимонопольного законодательства, рассмотрев все имеющиеся в материалах дела доказательства, заслушав представителей лиц, привлеченных к участию в рассмотрении дела в качестве ответчиков, установила следующие обстоятельства.

Полусладкая настойка «Капитанский со вкусом рома сильвер» (CAPTAIN S RUM), произведенная из ректификованного спирта с добавлением ароматических спиртовых настоев и пищевых ароматизаторов и имитирующая по вкусу и упаковке ром, согласно информации, размещенной на контрэтикетке, производится ОАО «Уссурийский бальзам», АО «УРАЛАЛКО» и АО «Бастион», входящими в Группу компаний «Синергия».

Вместе с тем, согласно открытым сведениям, юридического лица с фирменным наименованием АО «УРАЛАЛКО» не существует, под его ИНН/ОГРН в настоящее время действует АО «Бастион».

В линейку «Капитанский ром» входят: «Капитанский ром Gold» (классический ром), «Капитанский ром Silver» (белый ром) и «Капитанский ром Strong» (крепкий ром).

При этом название и оформление имеет ассоциативную отсылку к известному рому «Captain Morgan», который производится также трех видов: «white rum», «gold rum» и «black (dark) rum».

Также на этикетке размещен следующий текст: «The typical original rum flavor» и «Spice mixed and oak taste», что также отсылает к используемым на этикетках рома словосочетаниям «spiced rum» и «spiced gold».

При размещении на полках магазина покупателю бросается в глаза крупная и яркая надпись CAPTAIN S RUM, остальные надписи выполнены мелким и трудно читаемым на расстоянии шрифтом.

Вместе с тем, в соответствии с энциклопедическими статьями, опубликованными на информационном ресурсе «Википедия»:

Ром ([англ.](#) rum, [исп.](#) ron, [фр.](#) rhum) — [крепкий спиртной напиток](#), изготавливаемый путём [сбраживания](#) и [перегонки](#) побочных продуктов [сахарно-тростникового](#) производства, таких, как [патока](#) и тростниковый сироп. Прозрачная жидкость, получающаяся после перегонки, обычно затем выдерживается в [дубовых](#) или других [бочках](#).

Настойка — как правило, [алкогольный напиток](#), но также может быть настоем любых жидкостей. Приготавливается путём настаивания [спирта](#) на различных [плодах](#), [косточках](#), [пряностях](#), душистых и целебных [травах](#).

Кроме того, производство настойки регулируется ГОСТ 7190-2013 «Изделия ликероводочные. Общие технические условия», а производство рома ГОСТ 33458-2015 «Ром. Технические условия».

Согласно информации, размещенной на контрэтикетке продукции «Капитанский ром» данный продукт является «настойкой полусладкой» в состав которой входит следующее: вода питьевая, спирт этиловый ректификованный из пищевого сырья «Люкс», сахарный сироп, настои спиртовые: коры дуба, кофе; ароматные спирты: корицы, мелисы, мускатного ореха, гвоздики; ароматизаторы пищевые: «ром»,

«чернослив».

Таким образом, спорный алкогольный напиток, очевидно, не является ромом, а поступление в ФАС России заявления гражданина свидетельствует о наличии факта введения в заблуждение.

При этом производство рома значительно более технологически сложный и дорогостоящий процесс, чем производство настойки.

Также следует отметить, что союзом производителей алкогольной продукции (СПАП), членами которого являются в том числе крупнейшие игроки рынка алкогольной продукции Группа компаний «Синергия» и Группа компаний «Руст», в 2011 году был принят Кодекс ответственного маркетинга Союза производителей алкогольной продукции. Согласно разделу IV указанного кодекса: «Реклама алкогольной продукции не должна создавать неясность в отношении вида (типа) и крепости алкогольных напитков...».

В связи с изложенным, ФАС России на основании статьи 39.1 Закона «О защите конкуренции» АО «Бастион» и ОАО «Уссурийский бальзам» были выданы предупреждения от 02.10.2017 № ИА/67692/17 и № ИА/67690/17 соответственно о необходимости прекращения указанных действий.

Письмами от 27.10.2017 № 416 и от 26.10.2017 № 1239 ОАО «Уссурийский бальзам» и АО «Бастион» соответственно направили в ФАС России ходатайства о продлении срока исполнения предупреждения на 3 месяца. ФАС России удовлетворил ходатайства и продлил сроки исполнения до 26.01.2018.

В ФАС России повторно поступили ходатайства от 19.01.2018 №78 и от 19.01.2018 №27 от ОАО «Уссурийский бальзам» и АО «Бастион» соответственно о продлении сроков исполнения предупреждений по 01.04.2018. По результатам рассмотрения указанных ходатайств ФАС России были приняты решения об отказе в их удовлетворении (ОАО «Уссурийский бальзам» письмо от 31.01.2018 № ИА/6133/18, АО «Бастион» письмо от 31.01.2018 № ИА/6132/18).

Срок выполнения АО «Бастион» и ОАО «Уссурийский бальзам» предупреждений истек.

Исходя из изложенного, а также на основании части 8 статьи 39.1 Закона о защите конкуренции ФАС России издан приказ от 27.02.2018 № 238/18 о возбуждении дела № 1-14-37/00-08-18 о нарушении антимонопольного законодательства и создании Комиссии по его рассмотрению.

Как следует из письменных пояснений, представленных АО «Бастион» и ОАО «Уссурийский бальзам» (далее также – Ответчики), спорный товар выпускается ОАО «Уссурийский бальзам» с 1996 года и присутствует на российском рынке уже более 20 лет. С 2016 года товар также производится АО «Бастион» (до смены наименования – АО «УРАЛАЛКО») в соответствии с ТИ-УА-918110-13-2016 и РЦ-УА-918110-13-2016. За все время производства и реализации спорного товара претензий от потребителей, связанных с использованием слова «ром» в названии товара, не поступало.

Ответчики отмечают, что на российском рынке присутствует множество настоек со вкусами различных алкогольных напитков – рома, виски, джина и пр. То есть, по

мнению Ответчиков, производство подобных алкогольных напитков – сложившаяся практика, сформировался отдельный сегмент рынка алкогольной продукции в виде настоек с соответствующими вкусовыми и ароматическими ингредиентами, о которых потребитель информируется надлежащим образом. Указанная категория товаров является самостоятельной по своим свойствам и качествам, ценовой категории. В розничной реализации товар размещается рядом с другими настойками в соответствующей категории, в том числе в сетях «Ашан», «Лента», «Дикси» и др.

По мнению Ответчиков, спорный товар и ром находятся в абсолютно разных ценовых категориях, что исключает введение в заблуждение потребителей относительно потребительских свойств товара.

Данные доводы подтверждаются результатами социологического опроса, проведенного ВЦИОМ в феврале-марте 2018 г. среди 1500 человек, покупающих крепкие алкогольный напитки раз в полгода или чаще, в соответствии с которыми:

- по мнению абсолютного большинства респондентов (94%) ром и настойка со вкусом рома являются напитками разных ценовых категорий. При этом три четверти участников опроса (75%) полагают, что ром относится к категории алкогольных напитков стоимостью дороже 500 рублей;

- наиболее важными для респондентов характеристиками крепких алкогольных напитков являются – цена (8,2 балла), марка (7,7 балла), производитель (6,6 балла).

Указанные результаты, по мнению Ответчиков, свидетельствуют о том, что потребители не вводятся и не могут вводиться в заблуждение относительно качества и потребительских свойств товара – приобретая товар, потребители понимают, что товар не является ромом и не обладает соответствующими ему свойствами и характеристиками, в том числе исходя из цены и его расположения в отдельной категории товаров.

При этом маркировка спорного товара соответствует ТР ТС 022/2011, ГОСТ 32098-2013 и не вводит в заблуждение потребителей относительно его качества и потребительских свойств. Кроме того, отсутствие у потребителей заблуждение относительно потребительских свойств товара подтверждают отзывы, размещенные в сети Интернет и представленные Ответчиками, согласно которым потребители понимают, что товар является настойкой, а не ромом.

Однако Комиссия ФАС России воспринимает данный довод Ответчиков критически, поскольку осмотр интернет-сайтов с потребительскими отзывами (в том числе имеющихся в материалах дела) показывает, что во многих случаях потребители обсуждают приобретенный алкогольный напиток CAPTAIN S RUM именно как ром, а не как настойку. Хотя в ряде случаев отмечают, что приобрели данный алкогольный напиток по удивительно низкой цене.

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 указания или утверждения,

использование которых при осуществлении коммерческой деятельности может ввести общественность в заблуждение относительно характера, способа изготовления, свойств, пригодности к применению или количества товаров.

В силу пункта 1 статьи 14.2 Закона «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция путем введения в заблуждение, в том числе в отношении потребительских свойств товара, предлагаемого к продаже.

Таким образом, Комиссия ФАС России приходит к выводу, что все признаки недобросовестной конкуренции, содержащиеся в пункте 9 части 4 Закона «О защите конкуренции», присутствуют в действиях Общества:

1. Направленность на получение преимуществ в предпринимательской деятельности над конкурентами выразилась в осуществлении действий по размещению на горлышке и этикетке спиртовой настойки «Капитанский ром» (Capitan's rum) наименования «Ром» (Rum), создающего впечатление о ее принадлежности иному виду алкогольной продукции.

2. Противоречие законодательству выражается в нарушении статьи 10.bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883, запрещающей указания или утверждения, использование которых при осуществлении коммерческой деятельности может ввести общественность в заблуждение относительно характера, способа изготовления, свойств, пригодности к применению или количества товаров.

3. Указанные действия Общества способны причинить убытки конкурентам – производителям аналогичных настоек, оформление которых однозначно указывает на принадлежность товара к настойкам и не вводит в заблуждение в отношении того, к какому виду алкогольной продукции относится реализуемый товар, за счет перераспределения потребительского спроса к продукции, создающей впечатление о том, что она относится к иному виду алкоголя.

Вместе с тем, после получения предупреждений ФАС России Ответчиками были разработаны комплексные изменения в дизайн этикеток серии настоек «Капитанский со вкусом рома», направленные на недопущение введения потребителей в заблуждение и создания ложных впечатлений в отношении потребительских свойств данной продукции.

Наименование товара выполнено читаемым и легко воспринимаемым шрифтом крупного размера, в частности, слово «НАСТОЙКА» с выделением золотым цветом для дополнительного привлечения внимания потребителей. При этом словосочетание «with taste of rum», имеющее на лицевой стороне перевод на русский язык – «со вкусом рома», было значительно уменьшено по отношению к основному наименованию по шрифтовому и графическому исполнению.

Ответчики полагают, что оформление товара с учетом внесенных изменений также соответствует ТР ТС 022/2011 и позволяет потребителям получить полную и достоверную информацию о рассматриваемом товаре, а также не способно ввести в заблуждение относительно его качества и потребительских свойств, что подтверждается отчетом ВЦИОМ, согласно которому:

- подавляющее большинство опрошенных (75%) верно определяет вид

продемонстрированного им напитка (настойка);

- 76% респондентов правильно понимают, что товар обладает потребительскими свойствами настойки со вкусом рома;

- 76% опрошенных также указали, что, по их мнению, качество товара соответствует настойке со вкусом рома.

При указанных обстоятельствах Комиссия ФАС России полагает, что основания для выдачи предписания Ответчикам о прекращении действий, нарушающих антимонопольное законодательство, отсутствуют.

Принимая во внимание вышеуказанное и руководствуясь статьей 10bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883, статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1 - 4 статьи 41, частью 1 статьи 49, Закона «О защите конкуренции», Комиссия ФАС России

РЕШИЛА:

1. Основания для прекращения рассмотрения дела отсутствуют.

2. Признать действия АО «Бастион» (614990, Пермский край, г. Пермь, ул. Героев Хасана, 104; ОГРН/ИНН 1025900885955/5904101820) и ОАО «Уссурийский бальзам» (692519, Приморский край, г. Уссурийск, ул. Краснознаменная, д. 49; ОГРН/ИНН 1022500856795/2511003566), выразившиеся в размещении на горлышке и этикетке спиртовой настойки «Капитанский ром» (Capitan's rum) наименования «Ром» (Rum), создающего впечатление о ее принадлежности иному виду алкогольной продукции, нарушающими пункт 1 статьи 14.8 Закона «О защите конкуренции».

3. Основания для выдачи предписания АО «Бастион» (614990, Пермский край, г. Пермь, ул. Героев Хасана, 104; ОГРН/ИНН 1025900885955/5904101820) и ОАО «Уссурийский бальзам» (692519, Приморский край, г. Уссурийск, ул. Краснознаменная, д. 49; ОГРН/ИНН 1022500856795/2511003566) о прекращении действий, нарушающих антимонопольное законодательство, отсутствуют.

4. Передать материалы дела № 1-14-37/00-08-18 уполномоченному должностному лицу ФАС России для решения вопроса о возбуждении в отношении АО «Бастион» и ОАО «Уссурийский бальзам» производства по делу об административном правонарушении.

Председатель Комиссии

А.Б. Кашеваров

<.....>

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия в арбитражный суд.

Примечание. За невыполнение в установленный срок законного решения антимонопольного органа [статьей 19.5](#) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.