

# РЕШЕНИЕ

по делу № 1-14-93/00-08-17

о нарушении антимонопольного законодательства

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «25» сентября 2017 г.

В полном объеме решение изготовлено «11» октября 2017 г.

Комиссия Федеральной антимонопольной службы по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

<...>,

рассмотрев дело № 1-14-93/00-08-17 о нарушении ООО «Торговый дом «Шампанские вина» статьи 14.4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции), в присутствии на заседании представителей АО «Архангельский Ликеро-Водочный Завод»: <...>; представителей ООО «Торговый дом «Шампанские вина»: <...> (протокол общего собрания участников ООО «Торговый дом «Шампанские вина» от 26.01.2015),

УСТАНОВИЛА:

В Федеральную антимонопольную службу поступило заявление АО «Архангельский Ликеро-Водочный Завод» (далее также – Заявитель, АО «АЛВИЗ») о нарушении антимонопольного законодательства со стороны ООО «Торговый дом «Шампанские вина» (далее – Общество, ООО «ТД «Шампанские вина»), выразившемся в недобросовестной конкуренции, связанной с приобретением и использованием комбинированного товарного знака «Архангельскъ» по свидетельству № 413831.

АО «АЛВИЗ» входит в Группу «Белуга» (ранее — «Синергия»), одного из крупнейших холдингов на российском алкогольном рынке, и осуществляет производство и реализацию алкогольной продукции на территории Российской Федерации.

Заявитель в своем заявлении указывает, что с 2001 года является производителем водки «Архангельская» на территории Российской Федерации. В настоящее время на алкогольном рынке представлено несколько наименований указанной водки:

«Архангельская настоящая», «Архангельская кристалльная», «Архангельская душевная», «Архангельская Северная выдержка», «Архангельская можжевеловая ягода».

АО «АЛВИЗ» является правообладателем товарных знаков представляющих собой этикетку водки «Архангельская Северная выдержка» по свидетельству № 562681, этикетку водки «Архангельская Выдержанная» по свидетельству № 562682 в отношении товаров 33 класса МКТУ, а именно водки.

Общество в настоящее время осуществляет введение в гражданский оборот на территории Российской Федерации алкогольных напитков под обозначением «Архангельскъ», в том числе шампанского и водки.

ООО «ТД «Шампанские вина» является правообладателем комбинированного товарного знака «Архангельскъ» по свидетельству № 413831 в отношении всего 33 класса МКТУ, включая водку.

Таким образом, действия Общества, связанные с приобретением и использованием исключительных прав на товарный знак «Архангельскъ» по свидетельству № 413831, в частности путем препятствования Заявителю в реализации водки под наименованием «Архангельская» нарушают запрет, установленный статьей 14.4 Закон о защите конкуренции.

Обществом была представлена письменная позиция о несогласии с доводами Заявителя о наличии признаков недобросовестной конкуренции в действиях ООО «Торговый дом «Шампанские вина».

По мнению Общества:

1. В действиях ООО «ТД «Шампанские вина» отсутствует полный перечень признаков недобросовестной конкуренции, предусмотренный ст. 14.4. Закона о защите конкуренции.

2. До момента подачи заявки на регистрацию товарного знака «АРХАНГЕЛЬСКЪ» обозначение приобрело широкую известность благодаря хозяйственной деятельности и инвестициям ООО «Торговый дом «Шампанские и вина», а согласно Справке по вопросам недобросовестного поведения, в том числе конкуренции, по приобретению и использованию средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий Утвержденной постановлением президиума Суда по интеллектуальным правам от 21 марта 2017 года № СП-21/1 при таких обстоятельствах действия по регистрации и использованию товарного знака не могут быть признаны недобросовестными.

3. Неверно установлен момент реализации Обществом продукции, индивидуализированной обозначением «АРХАНГЕЛЬСКЪ». В определении установлена дата 02.02.2011, фактически - 20 октября 2001 года.

4. Неохраняемый элемент «Архангельская», включенный в товарные знаки по свидетельствам № 562681 и № 562582, носит исключительно информационный характер и указывает на место производства товара. Таким образом, обозначение «Архангельская» не выполняет основную функцию товарного знака - индивидуализацию товара юридического лица, вследствие чего регистрация товарного знака «АРХАНГЕЛЬСКЪ» и использование исключительного права на

средство индивидуализации товара не может быть признано недобросовестной конкуренцией.

5.АО «АЛВИЗ», как профессиональный участник рынка, допустив в результате пренебрежения нормами права о возможности защиты средств индивидуализации юридического лица, регистрацию тождественного с используемым им, в тот же период времени обозначения; не приняв меры к оспариванию регистрации такого обозначения; неправомерно используя абсолютно тождественное с зарегистрированным товарным знаком обозначение; сознательно приближая тождество продуктов двух хозяйствующих субъектов, должно было предвидеть, что в силу норм Гражданского кодекса РФ ООО «Торговый дом «Шампанские вина» воспользуется принадлежащими ему правами и будет вынуждено обратиться с требованием о защите принадлежащих ему исключительных прав на товарный знак в целях сохранения своей ниши на розничном рынке, в целях сохранения своего продукта.

В связи с изложенным, по мнению Общества, в его действиях отсутствует нарушение антимонопольного законодательства.

Комиссия ФАС России по рассмотрению дела № 1-14-93/00-08-17 о нарушении антимонопольного законодательства, рассмотрев все имеющиеся в материалах дела доказательства, выслушав представителей лиц, участвующих в рассмотрении дела, установила следующие обстоятельства.

АО «АЛВИЗ» входит в Группу «БЕЛУГА», одного из крупнейших холдингов на российском алкогольном рынке, и осуществляет производство и реализацию алкогольной продукции на территории Российской Федерации.

Одним из видов продукции, производимой и реализуемой Заявителем, является водка «Архангельская», в настоящее время на алкогольном рынке представлено несколько наименований указанной водки: «Архангельская настоящая», «Архангельская кристальная», «Архангельская душевная», «Архангельская Северная выдержка», «Архангельская можжевельниковая ягода».

Кроме того, Заявитель и хозяйствующие субъекты, входящие с ним в одну группу лиц, осуществляют производство и реализацию иных видов алкогольной продукции, включая настойки, виски, бальзам, коньяк, вино (в т.ч. игристое вино, что, в том числе подтверждается информацией, размещенной на официальном сайте Заявителя в сети Интернет <http://www.belugagroup.ru>).

Общество осуществляет введение в гражданский оборот на территории Российской Федерации алкогольных напитков под обозначением «Архангельск», в том числе шампанского и водки.

Таким образом, Заявитель и Общество осуществляют деятельность на одних и тех же товарных рынках различной алкогольной продукции, и, следовательно, являются хозяйствующими субъектами-конкурентами на данных товарных рынках.

Как установлено ФАС России, Заявитель является правопреемником Архангельского ликеро-водочного завода - предприятия, осуществляющего производство алкогольной продукции на территории Архангельской области в период СССР. Правопреемство подтверждается, в том числе представленным в

материалы дела Планом приватизации.

Заявитель с 2001 года осуществляет деятельность по производству и введению в гражданский оборот на территории Российской Федерации водки «Архангельская».

В подтверждение указанного довода Заявителем были представлены следующие документы:

- пояснительная записка к бухгалтерскому отчету о деятельности ОАО «АЛВИЗ» за 2001 г.;
- рецептурой водки «Архангельская» и Технологической инструкцией по производству водки «Архангельская» от 30.11.2000, утвержденными Федеральным агентством по сельскому хозяйству;
- сертификатами и декларациями о соответствии продукции нормативным требованиям за 2001-2003 годы;
- патентом № 2250255 на изобретение «Водка «Архангельская» с датой начала отсчета срока действия патента 03.09.2003;
- договорами поставки и товарно-транспортными накладными за 2002, 2004, 2005, 2008 годы;
- утвержденными макетами этикеток водки «Архангельская».

Кроме того, Заявителем представлена таблица совокупных данных по объемам производства и реализации водки «Архангельская» за период с 2001 по 2017 годы, а также сведения о расходах Заявителя на продвижение водки «Архангельская» на товарном рынке водки Российской Федерации, а именно:

- распоряжениями о проведении рекламных акций 2001-2004, 2007, 2009 годов;
- актами списания образцов продукции от 10.2003, от 30.11.2009 для проведения рекламной акции;
- дипломами Международного Форума «Индустрия напитков - ALKO & DRINKS SHOW» о награждении водки «Архангельская» серебряной медалью за высокое качество продукции по итогам участия в дегустационном конкурсе за 2002 год; ОАО «ЛЕНЭКСПО» о награждении водки «Архангельская» бронзовой медалью на дегустационном конкурсе при X Международной специализированной выставке «Петербургская ярмарка вин и водок» за 2003 год.

Указанные материалы свидетельствуют о начале введения в гражданский оборот водки «Архангельская» производства Заявителя с 2001 года, а также о значительных затратах со стороны АО «АЛВИЗ» на продвижение указанного продукта на рынке на протяжении всего периода производства.

Заявителю принадлежат исключительные права на:

- комбинированный товарный знак, представляющий собой этикетку водки «Архангельская Северная выдержка» по свидетельству № 562681, зарегистрированный 25.01.2016 с датой приоритета 08.04.2014 в отношении

товаров 33 класса МКТУ — водка;

- комбинированный товарный знак, представляющий собой этикетку водки «Архангельская Выдержанная» по свидетельству № 562682, зарегистрированный 25.01.2016 с датой приоритета 08.04.2014 в отношении товаров 33 класса МКТУ — водка;
- изобретения «Водка «Архангельская» по патенту № 2250255 с датой начала отсчета срока действия патента 03.09.2003.

В настоящий момент указанные товарные знаки используются Заявителем в качестве средств индивидуализации производимой и реализуемой им водки «Архангельская Северная выдержка» и «Архангельская Выдержанная».

АО «АЛВИЗ» в материалы дела представлен Аналитический отчет Всероссийского центра изучения общественного мнения, составленный по результатам исследования, проведенного в июле-августе 2017 года, с целью определения восприятия названий и производителей водок «Архангельская» и «Архангельск». Данные получены в результате уличного опроса 1000 человек в городах Архангельской области с населением более 50 тысяч человек, распределение респондентов по городам происходило пропорционально численности населения. В опросе участвовали лица достигшие 18 лет, приобретающие водку чаще чем один раз в 2-3 месяца.

В заключении по результатам социологического исследования приведены следующие выводы:

- 86% респондентов указывают в качестве производителя водки «Архангельская» АО «АЛВИЗ»;
- АО «АЛВИЗ» знаком 93% опрошенных потребителей водки, в то время как ООО «ТД «Шампанские вина» 22%, а Иткульский спиртзавод только 2%.

Указанные доказательства в совокупности подтверждают широкую известность Заявителя как производителя алкогольной продукции на территории Архангельской области, а также производимой продукции, и наличие ассоциативной связи с наименованием алкогольной продукции, в частности, водки «Архангельская» с Заявителем как ее производителем.

Общество и входящее с ним в группу лиц ООО «Шампанские вина» (в настоящее время ликвидировано, прекратило деятельность 28.12.2016) в период с 2008 по 2010 годы осуществляли приобретение водки «Архангельская» у Заявителя для целей ее дальнейшей перепродажи на территории Архангельской области, что подтверждается договорами поставки и товарными накладными. Вместе с тем, Обществом 24.08.2009 была подана заявка в Федеральную службу по интеллектуальной собственности (Роспатент), по результатам рассмотрения которой было принято решение от 19.07.2010 о предоставлении Обществу исключительных прав на комбинированный товарный знак «АРХАНГЕЛЬСКЪ» по свидетельству №413831, в отношении товаров 33 класса МКТУ - алкогольные напитки (за исключением пива).

Таким образом, на момент подачи заявки на регистрацию товарного знака «АРХАНГЕЛЬСКЪ» Общество доподлинно знало о том, что Заявитель длительное

время осуществляет производство и реализацию алкогольной продукции, в частности, водки «Архангельская» на территории Российской Федерации, а также о том, что данный товар приобрел узнаваемость среди потребителей.

Довод Общества о том, что приобретение им исключительных прав на товарный знак по свидетельству №413831 являлось добросовестным ввиду использования Обществом обозначения «АРХАНГЕЛЬСКЪ» для индивидуализации алкогольной продукции с 2001 года и получения таким обозначением широкой известности, был признан Комиссией ФАС России несостоятельным ввиду следующего.

В частности, Общество указывает, что оно с 2001 года начало реализовывать шампанское с наименованием «Архангельск», а с 2008 года – шампанское с наименованием «Архангельскъ». В качестве подтверждения Обществом материалы дела представлены реестр продаж за период с 01.01.2002 по 2006 года, а также товарно-транспортные накладные за период с 2003 года.

В частности Общество представило в материалы дела:

- бухгалтерскую справку Общества о направлении денежных средств на продвижение продукции под ТМ Архангельскъ с 2003 по 2017 год;
- образцы каталогов и иной полиграфической продукции с обозначением Архангельскъ;
- фотографические изображения дипломов за золотую медаль на Конкурсе игристых вин им. Князя Голицина 2012, 2013 годов;
- распоряжения ООО «ТД «Шампанские вина», служебные записки и акты списания бутылок шампанского «Архангельск» и «Архангельскъ» для проведения маркетинговых мероприятий за 2003-2009 года.
- копии счетов–фактур 2002 - 2011 года о закупке Обществом шампанского «Архангельск» у производителей.

Комиссия ФАС России полагает, что вывод о приобретении широкой известности обозначения применительно к продукции конкретного хозяйствующего субъекта и наличии ассоциативной связи у потребителей между обозначением, хозяйствующим субъектом и производимой им продукцией на товарном рынке в целом может быть сделан только на основании анализа всех относимых доказательств в их совокупности и взаимосвязи, включая результаты исследования мнений потребителей по данному вопросу.

В этой связи указанные документы, представленные Обществом в материалы дела, могут подтверждать факт предложений к продаже (каталоги и буклеты) и реализации Обществом на территории Архангельской области шампанского «Архангельск» и «Архангельскъ», которые Общество приобретало для целей дальнейшей перепродажи, до даты приоритета товарного знака «АРХАНГЕЛЬСКЪ» по свидетельству № 413831. Вместе с тем, из данных документов невозможно сделать вывод о том, что на момент даты приоритета данного товарного знака обозначение «АРХАНГЕЛЬСКЪ» приобрело широкую известность применительно к алкогольной продукции, вводимой в оборот Ответчиком, и возникновении у

потребителей ассоциативной связи с продукцией Ответчика и Ответчиком как ее производителем.

В подтверждение своих доводов об известности потребителям обозначения «Архангельскъ» ООО «ТД «Шампанские вина» также представило справку ООО «РИСП» от 17.08.2017 № 52 .

- - - Комиссией ФАС России было отмечено, что справка ООО «РИСП» от 17.08.2017 № 52 об объемах производства шампанского для ООО «ТД «Шампанские вина» подписана неправомочным лицом, а именно председателем общего собрания участников ООО «РИСП» <...>. В соответствии со статьей 40 Федерального закона от 08.02.1998 № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» только единоличный орган общества с ограниченной ответственностью (генеральный директор, президент и другие) может действовать от имени общества без доверенности. Как уже было ранее установлено, никаких иных документов, подтверждающих полномочия <...>, не было представлено. Кроме того ФАС России было установлено, что согласно сведениям из ЕГРЮЛ единоличным органом, а именно директором, является <...>.

Таким образом, Комиссия ФАС России не может принять указанные документы в качестве бесспорного доказательства широкой известности обозначения «Архангельскъ» и наличия ассоциативной связи указанного обозначения с Обществом.

- Какие-либо иные документы, подтверждающие данные доводы, в том числе с точки зрения анализа мнений потребителей, Ответчиком в материалы дела не представлялись.

Учитывая изложенное, Комиссией ФАС России также было отказано в удовлетворении ходатайства Общества об истребовании у Федеральной службы по интеллектуальной собственности (Роспатент) материалов заявки на регистрацию товарного знака по свидетельству №413831 ввиду их неотносимости к настоящему делу.

В частности, в предмет рассмотрения настоящего дела не входит анализ наличия либо отсутствия различительной способности обозначения, подлежащего правовой охране в качестве товарного знака. Правовой оценке на предмет недобросовестной конкуренции подлежит совокупность действий Ответчика, связанных с приобретением и использованием исключительных прав на товарный знак по свидетельству №413831. В то же время согласно пункту 34 Правил составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденных приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 № 482, в предмет экспертизы заявки в части оценки различительной способности товарного знака не входит установление факта наличия либо отсутствия его широкой известности и ассоциативной связи с заявителем и его продукцией к моменту подачи заявки.

При этом Ответчик пояснил, что в материалах заявки содержатся данные о реализации шампанского «Архангельск» за период с 2008 по 2009 годы, а также каталоги, буклеты и иные сходные документы по шампанскому данного наименования за указанный период времени, что, по мнению Комиссии ФАС России, не являются доказательствами, способными подтвердить широкую известность указанного обозначения применительно к продукции Ответчика до даты приоритета товарного знака и добросовестность действий Ответчика по приобретению исключительных прав на данный товарный знак.

Также Комиссией ФАС России было отказано в удовлетворении ходатайства Общества об истребовании материалов дела № 03-06/78-2010 Архангельского УФАС России, как не относимых к предмету рассматриваемого дела и не могущих подтвердить добросовестность действий Общества, в силу следующего.

Так, решением Архангельского УФАС России по данному делу была признана ненадлежащей реклама мероприятия «Битва чемпионов» с изобразительным элементом в рекламе: парусный корабль в овальной декорированной рамке, с обрамлением снизу стилизованной вогнутой лентой со сложенными изогнутыми концами, схожим до степени смешения с изобразительным элементом, размещенным на этикетках промышленного образца № 73810 «Игристые вина» и на крепкоалкогольной продукции «АРХАНГЕЛЬСКЪ», поскольку в ней нарушены требования пункта 3 части 2 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21, пункта 6 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21 Федерального закона Российской Федерации от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Согласно указанному решению антимонопольным органом было проведено исследование восприятия потребителями рекламы мероприятия «Битва чемпионов» с использованием обозначения «Архангельск», в рамках которого оценивался вопрос, с какими товарами из прямо приведенного списка в целом у потребителей ассоциируется данная реклама для целей квалификации рассматриваемой рекламы как противоречащей законодательству Российской Федерации о рекламе.

В рамках исследования, проведенного Архангельским УФАС России, респондентам не задавался вопрос об ассоциации алкогольной продукции «Архангельск» с конкретным производителем, в том числе с Обществом, и не оценивалась известность и ассоциативная связь данного обозначения с Обществом.

Вместе с тем, Комиссией ФАС России установлено, что реализация Обществом водки под наименованием «АРХАНГЕЛЬСКЪ», произведенной иными хозяйствующими субъектами, начало осуществляться после даты приоритета и даты регистрации товарного знака по свидетельству №413831, в частности, не ранее 2010 года, что в совокупности подтверждается договором № 675/09 от 07.07.2009 между Обществом и ГНУ ВНИИПБТ Россельхозакадемии на проведение разработки рецептуры, Технологическими условиями на производство нового вида водки «Архангельск», № 692/09 от 27.07.2009 между Обществом и ГНУ ВНИИПБТ Россельхозакадемии на проведение разработки рецептур и Технологических условий на производство новых видов водки «Архангельск серебряная», «Архангельск золотая», договором поставки от 11.01.2010 между Обществом и ОАО «Иткульский спиртзавод», договором неисключительной лицензии между Обществом и ОАО «Иткульский спиртзавод», зарегистрированным Роспатентом от



При этом согласно результатам Аналитического отчета Всероссийского центра изучения общественного мнения продукция Общества (водка) с использованием товарного знака «Архангельск» не вызывает у потребителей ассоциативной связи с Обществом, и подавляющим большинством респондентов воспринимается как продукция, производителем которой является Заявитель, а наименование «Архангельск» - указывающее на место производства алкогольной продукции, в то время как данная продукция в Архангельской области не производится ни Обществом, ни другими хозяйствующими субъектами.

В частности, согласно результатам указанного отчета:

- 67% респондентов полагают, что название «Архангельск», размещенное на этикетке водки, указывает на место ее производства. При этом 87% из указанного числа потребителей считают, что такая водка произведена в городе Архангельск;
- 59% респондентов, отвечая на открытый вопрос (без вариантов ответа), заявили, что водка «Архангельск» производится АО «АЛВИЗ», и лишь 7% респондентов указали на иные компании, среди которых звучало, в том числе наименование «Шампанские вина»;
- 75% потребителей, отвечая на закрытый вопрос (с вариантами ответа), назвали в качестве производителя водки «Архангельск» АО «АЛВИЗ», и лишь 1% указал в качестве производителя ООО «ТД «Шампанские вина» и 1% Иктульский спиртзавод;

Таким образом, указанные результаты социологического опроса свидетельствуют о введении в заблуждение потребителей в отношении места производства товара и являются доказательством недобросовестной конкуренции со стороны Общества.

Зная на момент приобретения исключительных прав на товарный знак «Архангельск» по свидетельству № 413831, что Заявитель длительное время осуществляет производство и реализацию водки «Архангельская» на территории Архангельской области и о том, что данный товар приобрел узнаваемость среди потребителей, Ответчик, являясь хозяйствующим субъектом-конкурентом группы лиц Заявителя на различных рынках алкогольной продукции, начал предпринимать действия по вытеснению Заявителя с товарного рынка, препятствуя дальнейшему использованию обозначения «Архангельская» в качестве средства индивидуализации алкогольной продукции.

Так, Комиссией ФАС России установлено, что 11.04.2017 Обществом в адрес Заявителя было направлено письмо-претензия (исх. № 105), содержащее требование о прекращении нарушения его исключительных прав на товарный знак «Архангельск» по свидетельству № 413831, изъятии из оборота водки «Архангельская» и выплате компенсации в размере 5 млн. рублей.

06.06.2017 Общество обратилось в Арбитражный суд Архангельской области с исковым заявлением, содержащим требование о запрете АО «АЛВИЗ» совершать любые действия по введению в гражданский оборот продукции, работ и услуг с использованием товарного знака «Архангельск» по свидетельству № 413831 в части товаров, работ и услуг, в отношении которых товарный знак

зарегистрирован, в том числе использовать товарный знак в коммерческом обозначении, в предложениях к продаже товаров и услуг, производстве, хранении, продаже товаров и услуг, демонстрации образов на выставках или иного введения в гражданский оборот на территории Российской Федерации, а также о взыскании с Заявителя 5 млн. рублей за незаконное использование товарного знака «Архангельск» по свидетельству №413831. Определением Арбитражного суда от 27.06.2017 по делу № А05-7211/2017 исковое заявление Общества принято к производству.

Также Обществом были поданы возражения в Федеральную службу по интеллектуальной собственности против предоставления правовой охраны принадлежащим Заявителю товарным знакам с неохраняемым элементом «Архангельская» по свидетельствам №№562681, 562682, зарегистрированным для 33 класса МКТУ - водка, которые используются Заявителем в качестве средств индивидуализации водок «Архангельская Выдержанная» и «Архангельская. Северная выдержка».

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 соответствии с пунктом 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции недобросовестная конкуренция - любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

Статьей 14.4 Закона о защите конкуренции установлен запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товаров, работ или услуг.

Таким образом, исходя из установленных фактических обстоятельств дела, имеющих в деле доказательств, Комиссия ФАС России приходит к выводу о наличии в действиях Общества, совершенных на товарных рынках алкогольной продукции, включая товарный рынок водки, и связанных с приобретением и использованием исключительных прав на товарный знак по свидетельству №413831 в отношении 33 класса МКТУ – алкогольные напитки (за исключением пива), всех признаков недобросовестной конкуренции, указанных в пункте 9 статьи 4 Закона «О защите конкуренции».

Направленность на получение преимуществ в предпринимательской деятельности выразилась в действиях Общества, связанных с привлечением потребительского спроса к реализуемой им алкогольной продукции под наименованием «Архангельск» путем создания у потребителей на территории Архангельской области ассоциативной связи данной продукции с Заявителем, как широко известным производителем данной продукции, и его деловой репутации, а также с Архангельской областью.

Противоречие требованиям добропорядочности, разумности и справедливости выразилось в том, что Общество на момент подачи заявки на регистрацию товарного знака по свидетельству №413831 знало о длительности производства и реализации Заявителем алкогольной продукции, в частности, водки под наименованием «Архангельская», и ее широкой известности у потребителей, с учетом длительности закупок Обществом данной продукции у Заявителя для целей ее дальнейшей перепродажи; недобросовестном препятствовании Обществом деятельности Заявителя по дальнейшему производству и реализации водки «Архангельская» на территории Российской Федерации, а также возможности запретить Заявителю в целом как единственному ликеро-водочному заводу на территории Архангельской области использовать в качестве средства индивидуализации алкогольной продукции обозначения «Архангельская» в случае расширения Заявителем линейки алкогольной продукции под наименованием «Архангельская»; введении Обществом в заблуждение потребителей относительно производителя и места производства алкогольной продукции, в частности, водки «Архангельск».

Способность причинения убытков хозяйствующему субъекту-конкуренту (Заявителю) выразилась в том, что потенциальное удовлетворение исковых требований Общества по делу № А05-7211/2017 повлечет невозможность дальнейшего производства Заявителем водки «Архангельская», выплате компенсации Обществу, а удовлетворение Роспатентом возражения Общества против предоставления правовой охраны товарных знаков Заявителя, повлечет лишение Заявителя нематериальных активов, а также в невозможности расширения Заявителем линейки алкогольной продукции под обозначением «Архангельская» с учетом реальной известности указанного обозначения применительно к водке.

Несмотря на то, что рынком на котором совершено нарушение является рынок водки, а товары 33 класса МКТУ – алкогольные напитки (за исключением пива) не являются взаимозаменяемыми товарами в понимании Закона о защите конкуренции, рынки обращения указанных товаров являются смежными. При этом Комиссия ФАС России полагает, что упомянутые товары могут быть признаны однородными. Указанный вывод следует из сложившейся судебной практики по вопросу однородности (например, Постановление СИП от 08.12.2016 № С01-1072/2016 по делу А40-2943/2016).

Судом был принят во внимание тот факт, что при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному производителю. Кроме того необходимо принимать во внимание следующие обстоятельства: род (вид) товаров, их потребительские свойства и функциональное назначение (объем и цель применения), вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия их реализации (в том числе общее место продажи, продажу через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей, традиционный или преимущественный уклад использования товаров.

Однородные товары – это товары, не являющиеся идентичными во всех отношениях, но имеющие сходные характеристики, что позволяет им выполнять те же функции.

Однородность признается по факту, если товары по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения.

Поскольку деятельность ФАС России направлена на предупреждение последующих нарушений антимонопольного законодательства, в случае непрекращения правовой охраны товарного знака № 413831 в отношении товаров 33 класса МКТУ у Общества сохранится право препятствовать Заявителю в осуществлении предпринимательской деятельности на смежных товарных рынках алкогольной продукции, в том числе предъявляя претензии в связи с нарушением исключительных прав на товарный знак, основываясь на однородности товаров, перечисленных в свидетельстве.

Таким образом, принимая во внимание вышеупомянутые обстоятельства и руководствуясь статьей 10 bis 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

**Р Е Ш И Л А:**

Признать действия ООО «Торговый дом «Шампанские вина», связанные с приобретением и использованием исключительных прав на товарный знак по свидетельству №413831 в отношении 33 класса МКТУ – алкогольные напитки (за исключением пива) актом недобросовестной конкуренции в соответствии с частью 1 статьи 14.4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции».