

Резолютивная часть решения оглашена «19» сентября 2019 года.

Полный текст решения изготовлен «__» октября 2019 года.

Комиссия Иркутского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

Председатель Комиссии:

Члены Комиссии:

в присутствии представителя заявителя – ОАО «ЭФКО»;

в присутствии представителя ООО «Иркутский Масложиркомбинат»;

рассмотрев дело № 1-14.6-23/38--19 от 13.02.2019г., возбужденное по признакам нарушения ООО «Иркутский масложиркомбинат» (664050, г. Иркутск, ул. Байкальская, 265), пункта 2 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ «О защите конкуренции»,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области (далее — Иркутское УФАС России) поступило заявление Открытого акционерного общества «Эфирное» (далее — ОАО «ЭФКО»), ООО «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад» (вх. №18013/18 от 13.12.2018) о наличии в действиях ООО «Иркутский Масложиркомбинат» на территории Иркутской области признаков нарушения антимонопольного законодательства – недобросовестной конкуренции выразившейся в совершении хозяйствующим субъектом действий, способных вызвать смешение с товарами, вводимыми хозяйствующим субъектом-конкурентом в гражданский оборот на территории Российской Федерации.

Иркутским УФАС России по обстоятельствам, изложенным в вышеуказанном заявлении, проведено антимонопольное расследование, по результатам которого установлено следующее.

Пунктом 2 статьи 14.6 Федерального закона «О защите конкуренции» № 135-ФЗ установлен запрет на недобросовестную конкуренцию путем копирования или имитации 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.

Копированием внешнего вида изделия является воспроизведение внешнего вида изделия другого хозяйствующего субъекта (предпринимателя) и введение его в гражданский оборот.

Имитация внешнего вида товара представляет собой своеобразное подражание товару конкурента с целью создания у покупателей впечатления о принадлежности таких товаров линейке имитируемых товаров.

Согласно пояснениям и представленным материалам заявителей, ОАО «ЭФКО», ООО «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад» в ходе мониторинга магазинов розничной торговли в Иркутской области и других регионах в продаже было обнаружено подсолнечное масло «ЯНТА» в бутылках объемом 1 литр, сходных с бутылками подсолнечного масла «СЛОБОДА». Бутылки подсолнечного масла «ЯНТА» имеют такие же форму и размер, что и бутылки подсолнечного масла «СЛОБОДА». Оформление бутылок также в целом схожее.

Бутылки подсолнечных масел «СЛОБОДА» с одной стороны и «ЯНТА» с другой имеют практически идентичную внешнюю форму, сходны по размеру. Бутылка подсолнечного масла «ЯНТА» объемом 1 литр производит общее впечатление идентичности бутылке подсолнечного масла «СЛОБОДА» объемом 1 литр.

Бутылка подсолнечного масла «ЯНТА» 1 литр имеет схожий внешний вид с бутылкой, выпускаемой ОАО «ЭФКО» с 2011 года для подсолнечного масла «СЛОБОДА» по следующим признакам: по форме корпуса, горловины, днища емкости, форме колпачка, по материалу, по соотношению размеров частей емкости по высоте и по ширине.

ОАО «ЭФКО», ООО «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад» представлен акт экспертного исследования проведенный Хорошкеевым Владимиром Александровичем (образование высшее, специальность — инженер-технолог, патентовед) — патентным поверенным Российской Федерации, рег. № 78, стаж работы в области патентования — 34 года.

Выводом данного акта следует:

1. Представленные образцы ёмкостей — пластиковая бутылка объемом 1 литр с подсолнечным маслом «СЛОБОДА» и пластиковая бутылка объемом 1 литр с подсолнечным маслом «ЯНТА» не являются тождественными, но сходны до степени смешения.

2. Бутылка подсолнечного масла «ЯНТА» объемом 1 литр производит общее впечатление идентичности бутылке подсолнечного масла «Слобода» объемом 1 литр.

Помимо прочего заявителем представлен аналитический отчет по итогам социологического опроса российских потребителей «Характер сравнительного восприятия формы бутылки для подсолнечного масла «СЛОБОДА» и формы бутылки для подсолнечного масла «ЯНТА» проведенный <...>.

Из представленного аналитического отчета следует следующее:

1) абсолютное большинство потребителей покупают рафинированное масло (77,4%);

2) более половины потребителей (57,1%) всегда или часто обращают внимание на форму бутылки при поиске в торговой точке нужной им марки подсолнечного масла;

3) практически все потребители (95,4%) указали, что формы образцов бутылок подсолнечного масла «Слобода» и «ЯНТА» представленных им образцов схожи;

4) почти две трети потребителей (61,9%) считают, что формы бутылок представленных образцов бутылок подсолнечного масла «Слобода» и «ЯНТА» одинаковые (18,2%) или очень похожи (43,7%)

5) потребители указали на следующие основные сходства образцов бутылок: более половины потребителей (53%) отметил такую же форму бутылок; более чем каждый третий

отметил такую же вогнутость посередине (36,4%);

б) абсолютное большинство потребителей (58,5%) указывают на то, что образцы подсолнечного масла «ЯНТА» и «Слобода» производятся одной и той же компанией (25,1%) или связанными компаниями (33,4%);

7) примерно половина потребителей в целом (46,1%) и более половины потребителей (55,5%) среди тех, кто не затруднился с ответом (исключая 16,9% затруднившихся с ответом) считают, что существует вероятность того, что при намерении купить подсолнечное масло в бутылке «Слобода», они купят подсолнечное масло в бутылке «ЯНТА», потому что сочтут, что оно производится той же (связанной) компанией, которая производит подсолнечное масло в бутылке «Слобода».

Таким образом, ООО «Иркутский Масложиркомбинат» производит подсолнечное масло «ЯНТА» в упаковке, имеющей сходство по форме бутылки, производимой ОАО «ЭФКО», что приводит к смешению с товаром субъекта – конкурента.

Законодательство выделяет две группы средств индивидуализации:

- средства индивидуализации продукции, а именно товарные знаки и знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров;

- средства индивидуализации юридического лица, а именно фирменные наименования и коммерческие обозначения.

В соответствии с ч.1 ст.1477 ГК РФ товарный знак - это обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, исключительное право на которое удостоверяется свидетельством на товарный знак.

Нарушение исключительных прав на товарный знак возможно только при наличии свидетельства на товарный знак (ст. 1504 ГК РФ), а не при наличии зарегистрированной заявки на регистрацию товарного знака (ст. 1492 ГК РФ).

Что касается фирменных наименований организаций, действующий порядок их регистрации позволяет регистрационным органам производить регистрацию юридических лиц практически с любыми наименованиями. При этом степень сходства наименований не анализируется.

Необходимо отметить, что индивидуализировать продукцию могут как обозначения, не зарегистрированные в качестве товарных знаков, так и общий внешний вид, элементы оформления упаковки и другие средства. При смешении продукция хозяйствующего субъекта по тем или иным параметрам настолько напоминает продукцию конкурента, что потребитель способен принять его товар за товар конкурента.

В 2011 году ОАО «ЭФКО», ООО «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад» ввело в гражданский оборот новую форму пластиковой бутылки объемом 1 литр для подсолнечного масла «СЛОБОДА», что подтверждается документами на закупку оборудования для выдува пластиковых бутылок нового образца.

Иркутским УФАС России направлен запрос (исх. 5874/18 от 25.12.2018г.) ООО «Иркутский Масложиркомбинат» о предоставлении письменных пояснений о разработке формы бутылки продукции «Подсолнечное масло «ЯНТА» 1л., имеющей форму прямоугольного параллелепипеда с коническим верхом, с углублением расположенным на средней части бутылки, с приложением документов, подтверждающих право использования данной формы бутылки для своей продукции, а также иные документы подтверждающие основания использования ООО «Иркутский Масложиркомбинат» данной формы бутылки.

Со стороны ООО «Иркутский Масложиркомбинат» поступили пояснения о том, что

разработкой бутылки продукции «Подсолнечное масло «ЯНТА» 1л. имеющей форму прямоугольного параллелепипеда с коническим верхом, с углублением расположенным на средней части бутылки занимались сотрудники ПКО ООО «Иркутский Масложиркомбинат». Чертеж бутылки был утвержден генеральным директором ООО «Иркутский Масложиркомбинат» в 2016 году. Выпускаемое ООО «Иркутский Масложиркомбинат» подсолнечное и соевое масло разливается в ПЭТ-упаковку (бутылки) объемом 1 литр с нанесенным (выдавленным) на верхней части бутылки с четырех сторон наименованием «ЯНТА». В 2016 году ООО «Иркутский Масложиркомбинат» закупило оборудование для выпуска бутылки новой формы (подтверждается договором от 11.02.2016 №3).

ОАО «ЭФКО», ООО «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад» ввело в гражданский оборот новую форму пластиковой бутылки (имеющей форму прямоугольного параллелепипеда с коническим верхом, с углублением расположенным на средней части бутылки) объемом 1 литр для подсолнечного масла «СЛОБОДА» ранее, чем ООО «Иркутский Масложиркомбинат», так как специально для выпуска бутылки нового образца закупила оборудование и с 2011 года начало активно продвигать на рынке свою продукцию (что подтверждается договорами на размещение рекламы в журналах и газетах подсолнечного масла «СЛОБОДА»). ООО «Иркутский Масложиркомбинат» в 2016 году закупило оборудование для производства бутылки нового образца для выпуска подсолнечного масла «ЯНТА» и только в 2016 году ввело в гражданский оборот бутылку нового образца, которая схожа с бутылкой подсолнечного масла «СЛОБОДА» производимое ОАО «ЭФКО».

Таким образом, Иркутское УФАС России приходит к выводу о том, что действия ООО «Иркутский Масложиркомбинат» содержат признаки нарушения п. 2 ст.14.6 Закона о защите конкуренции, выразившиеся в выпуске продукции подсолнечного масла «ЯНТА» 1 литр, имеющей форму упаковки (бутылки), схожей до степени смешения с упаковкой (бутылкой), выпускаемой ОАО «ЭФКО», а именно подсолнечного масла «СЛОБОДА» 1 литр.

В связи с наличием вышеуказанных обстоятельств, приказом Иркутского УФАС России №53/19 от 13.02.2019г. возбуждено дело о нарушении антимонопольного законодательства в отношении ООО «Иркутский масложиркомбинат» по признакам нарушения п. 2 ст.14.6 Федерального закона № 135-ФЗ «О защите конкуренции», в связи с совершением действий выразившихся в копировании или имитации 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, а именно в выпуске продукции подсолнечного масла «ЯНТА» 1 литр, имеющей форму упаковки (бутылки), схожей до степени смешения с упаковкой (бутылкой), выпускаемой ОАО «ЭФКО», а именно подсолнечного масла «СЛОБОДА» 1 литр.

В ходе рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства № 1-14.6-23/38--19 комиссией Иркутского УФАС России по рассмотрению данного дела установлено следующее.

Для рассмотрения дела № 1-14.6-23/38--19 от 13.02.2019г. проведен анализ состояния конкурентной среды на товарном рынке в соответствии с требованиями части 5.1 статьи 45 Закона о защите конкуренции, а также Приказа ФАС России от 28.04.2010 № 220 "Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке".

1. Временной интервал исследования – 21.10.2016 – 13.02.2019.

2. Продуктовые границы рынка - производство и реализация растительных и животных масел и жиров.

3. Географические границы рынка - Иркутская область

4. Состав хозяйствующих субъектов – ОАО «ЭФКО», ООО «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад» и ООО «Иркутский масложиркомбинат» являются конкурентами.

В ходе рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства № 1-14.6-23/38--19 лицами, участвующими в деле представлены следующие письменные пояснения и материалы.

ООО «Иркутский масложиркомбинат» представлены следующие письменные пояснения.

ООО «Иркутский масложиркомбинат» на основании свидетельства от 29.11.2002 № 229698 является правообладателем товарного знака (знака обслуживания) «ЯНТА». Выпускаемое ООО «Иркутский масложиркомбинат» подсолнечное масло разливается в ПЭТ-упаковку (бутылки) ёмкостью 5л, 1,5л, 1 л или 0,5л с нанесенным (выдавленным) на верхней части бутылки с четырех сторон наименованием «ЯНТА».

Цветовая гамма и композиционное решение этикетки подсолнечного масла — синий, белый, желтый с вертикальным расположением изогнутой полосы используется ООО «Иркутский масложиркомбинат» с 2002 года, то есть еще до появления на рынке масла подсолнечного рафинированного дезодорированного «СЛОБОДА» в бутылке ёмкостью 1л.

Согласно статье 1232 ГК РФ исключительное право на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации признается и охраняется только при условии государственной регистрации такого результата или такого средства.

ООО «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад» 22.06.2017 подана заявка на объемный товарный знак на пластиковую бутылку с этикеткой «СЛОБОДА» №2017725022. По заявке было отказано в регистрации товарного знака, что подтверждает отсутствия исключительного права для товаров 29 класса МКТУ.

Таким образом, пластиковая бутылка подсолнечного масла «СЛОБОДА» не защищена документами, подтверждающими исключительные права. Нет свидетельств на товарные знаки, нет патентов на промышленные образцы.

В целях установления схожести (отсутствия схожести), способной вызвать смешения товаров — бутылки для растительного масла с этикеткой «ЯНТА» и бутылки для растительного масла с этикеткой «СЛОБОДА» по заказу ООО «Иркутский масложиркомбинат» патентным поверенным Шестаковой Т.А. проведена экспертиза с поставленным вопросом: «Является ли бутылка для растительного масла с этикеткой «ЯНТА» сходной до степени смешения с бутылкой для растительного масла с этикеткой «СЛОБОДА».

На основании заключения эксперта от 17.04.2019 установлено, что по существу обе сравниваемые бутылки по форме являются компиляцией бутылок, известных на рынке.

Сравнительный анализ показал, что обе бутылки имеют ряд несходных существенных признаков, участвующих в формировании общего зрительного впечатления, главным из них являются этикетки, занимающие главное (37%) пространственное положение на корпусе бутылки, по которым потребитель и выбирает растительное масло. Выполнение этикеток с разным композиционным построением, разному цветографическому решению с разными доминирующим тоном, шрифтовым написанием названия масла, разной прорисовкой букв, разным колористическим решением создает разное зрительное впечатление от сравниваемых бутылок.

Признаки, относящиеся к этикетке, являются доминантными в совокупности с другими существенными отличительными признаками создают разное зрительное впечатление.

Таким образом, экспертом сделан вывод о том, что бутылка для растительного масла с этикеткой «ЯНТА» не сходна до степени смешения с бутылкой для растительного масла с

этикеткой «СЛОБОДА».

Заключение эксперта, подготовленное по запросу АО «УК ЭФКО», основано на сравнении ёмкостей — пластиковых бутылок объёмом 1 литр без учета главного доминантного признака — этикетки товаров.

Вместе с тем, товар, в данном случае, растительное масло в пластиковой бутылке ёмкостью 1 литр не продается на товарном рынке без этикетки, в связи с чем, вывод эксперта о схожести ёмкостей не свидетельствует о схожести реализуемого товара.

Потребитель, выбирая товар — подсолнечное масло в магазине, ориентируется на совокупность доминантных признаков, главным из которых является этикетка.

ООО «Иркутский масложиркомбинат» полагает, что проведение опроса потребителей в отношении схожести ёмкости без этикетки (главного доминантного признака) в местности, не являющейся товарным рынком для хозяйствующих субъектов, не подтверждает и не может подтверждать схожесть реализуемых товаров.

При этом, по мнению ООО «Иркутский масложиркомбинат» следует учитывать, что выводы сделанные в Заклучении эксперта, подготовленного по запросу ОАО «ЭФКО», в Аналитическом отчете по итогам социологического опроса российских потребителей и в Заклучении эксперта от 17.04.2019, представленного ООО «Иркутский масложиркомбинат», свидетельствуют об отсутствии уникальности бутылки для подсолнечного масла с этикеткой «СЛОБОДА», обе сравниваемые бутылки по форме являются компиляцией бутылок, известных на рынке.

Таким образом, ООО «Иркутский масложиркомбинат» полагает об отсутствии признаков недобросовестной конкуренции, предусмотренных пунктом 2 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» в связи с чем, просит прекратить рассмотрение дела о нарушении антимонопольного законодательства в связи с отсутствием нарушения антимонопольного законодательства в рассматриваемых комиссией действиях (бездействии) ООО «Иркутский масложиркомбинат».

ОАО «ЭФКО» представлены следующие письменные пояснения.

По мнению ОАО «ЭФКО», ООО «Иркутский Масложиркомбинат», используя для своей продукции бутылку, форма которой имитирует бутылку подсолнечного масла «СЛОБОДА», вводит потребителей в заблуждение о производстве своего товара, поскольку присутствие на товарном рынке товара производителя в схожей до степени смешения упаковке способно ввести покупателей в заблуждение относительно истинного изготовителя товара, что снижает различительную способность упаковки Заявителей, ведет к уменьшению продаж в пользу конкурента и угрожает деловой репутации ОАО «ЭФКО» и ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад».

ОАО «ЭФКО» ввело в оборот новую форму пластиковой бутылки для подсолнечного масла объемом 1 литр начиная с 2011 года. Разработка бутылки — результат значительных финансовых затрат на маркетинговые исследования и работу дизайнеров. Выдувная форма по заказу ОАО «ЭФКО» была разработана и поставлена компанией ООО «Строй Пром». В свободном доступе в сети «Интернет» размещены публикации, упоминающие подсолнечное масло «СЛОБОДА» в обновленной бутылке уже с 2011 года. Так же в Интернете имеются рекламные ролики бренда «СЛОБОДА», датированные 2013 годом.

Согласно данным открытых источников, ООО «Иркутский Масложиркомбинат» начало выпуск подсолнечного масла «ЯНТА» в бутылке нового образца с 2016 года, т.е. значительно позднее разработки ОАО «ЭФКО» уникального дизайна бутылки для подсолнечного масла объемом 1 литр и начала продаж ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» подсолнечного масла в бутылке с новым дизайном. Кроме того, дизайн бутылки подсолнечного масла «ЯНТА» на момент начала его производства отличался от той бутылки, которую ООО «Иркутский Масложиркомбинат»

использует в настоящий момент.

Опасаясь за уникальный дизайн бутылки для подсолнечного масла 1 литр, ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» 29.12.2017 года обратилось в Федеральную службу по интеллектуальной собственности с заявлением о выдаче патента на промышленный образец. 22.03.2019 года было получено решение о выдаче патента на промышленный образец. В тексте решения указано, что экспертиза заявки на промышленный образец установила, что заявленный промышленный образец относится к объектам патентных прав и соответствует условиям патентоспособности, в связи с чем принято решение о выдаче патента на промышленный образец.

По мнению ОАО «ЭФКО», решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности подчеркивает уникальность разработанной ими бутылки для подсолнечного масла, а также свидетельствует о том, что ОАО «ЭФКО» должны быть защищены от использования третьими лицами разработанной ими бутылки.

В ходе рассмотрения дела Комиссией Иркутского УФАС России было установлено, что представленные экспертизы ОАО «ЭФКО» и ООО «Иркутский Масложиркомбинат» носят противоречивый характер относительно объекта экспертиз. В экспертизе ОАО «ЭФКО» исследованы емкости пластиковой бутылки 1 литр подсолнечного масла «ЯНТА» и подсолнечного масла «СЛОБОДА», в связи с чем согласно выводам исследования данные емкости сходны до степени смешения. В представленной экспертизе ООО «Иркутский Масложиркомбинат» исследованы пластиковая бутылка 1 литр с этикеткой «ЯНТА» и пластиковая бутылка 1 литр с этикеткой «СЛОБОДА», в связи с чем экспертом сделан вывод о несходности до степени смешения вышеуказанных бутылок с этикеткой.

Так же, Комиссией Иркутского УФАС России в ходе рассмотрения дела исследован Аналитический отчет по итогам социологического опроса российских потребителей, представленный ОАО «ЭФКО». На обозрение потребителей были представлены бутылки подсолнечного масла «СЛОБОДА» 1 литр и «ЯНТА» 1 литр без этикеток. Большинство потребителей полагают что данные бутылки без этикеток являются схожими.

Представитель ООО «Иркутский Масложиркомбинат» не согласился с данным Аналитическим отчетом и пояснил, что проведение опроса потребителей в отношении схожести емкости без этикетки (главного доминантного признака) в местности, не являющейся товарным рынком для одного из хозяйствующих субъектов, не подтверждает и не может подтверждать схожесть реализуемых товаров, так как реализация подсолнечного масла «ЯНТА» 1 литр осуществляется в основном на территории Иркутской области, в связи с чем географические границы рынка могут не совпадать.

В связи с чем Комиссией было предложено лицам, участвующим в деле рассмотреть вопрос о проведении социологического опроса среди потребителей Иркутской области как основной территории реализации подсолнечного масла «ЯНТА» на предмет схожести до степени смешения бутылок с этикетками подсолнечного масла «СЛОБОДА» 1 литр, подсолнечного масла «ЯНТА» 1 литр. В случае положительного решения о проведении социологического опроса, представить на заседание комиссии перечень организаций осуществляющих деятельность по проведению социологических исследований, а также перечень вопросов, которые должны быть разъяснены при проведении социологического опроса.

ОАО «ЭФКО» и ООО «Иркутский Масложиркомбинат» рассмотрев вопрос о проведении социологического опроса представили следующие пояснения.

ООО «Иркутский Масложиркомбинат» не возражало относительно проведения социологического опроса и предложило перечень организаций, осуществляющих деятельность по проведению социологических исследований, а также перечень вопросов для разъяснения при проведении социологического опроса. Однако, полагало, что расходы по

проведению социологического опроса должен нести заявитель по делу - ОАО «ЭФКО».

ОАО «ЭФКО» также не возражало против проведения социологического исследования. Предложило перечень организаций, осуществляющих деятельность по проведению социологических исследований, а также ходатайствовало провести социологический опрос с учетом представленной ОАО «ЭФКО» анкеты.

ОАО «ЭФКО» возражало относительно довода ООО «Иркутский Масложиркомбинат» о возложении расходов по проведению социологического опроса на Заявителя по делу.

В связи с тем, что ОАО «ЭФКО» и ООО «Иркутский Масложиркомбинат» были представлены экспертизы которые имели противоречивый характер относительно объекта экспертиз, Комиссией Иркутского УФАС России было принято решение направить материалы дела в ФАС России для решения вопроса о передаче материалов дела в Ассоциацию НП «Объединение корпоративных юристов» (далее - ОКЮР) на основании Соглашения о взаимодействии ФАС России с ОКЮР от 17.05.2011 (дополнительное соглашение от 26.02.2019) для предоставления заключения специалистов компаний, входящих в ОКЮР, о наличии копирования или имитации между товарами, являющимися предметом рассмотрения дела.

Согласно заключению ОКЮР от 11.07.2019г., в сравниваемых бутылках подсолнечного масла «СЛОБОДА» и «ЯНТА»:

используются различные цветовые гаммы;

используются различные визуально графические и различные семантические словесные элементы;

определенное сходство формы бутылок подсолнечного масла «СЛОБОДА» и «ЯНТА» не является достаточным для признания сходства до степени смешения Продуктов в целом, поскольку имеющее сходство, обусловлено функциональным назначением упаковки и не обладает высокой различительной способностью для потребителей.

подсолнечное масло относится к товарам повседневного спроса и низкой ценовой категории, приобретение такого товара не предполагает высокой степени внимательности и осмотрительности со стороны покупателя, что при наличии сходства продуктов повышает вероятность их смешения в сознании потребителя. Однако, подсолнечное масло не относится к категории импульсивного спроса, поскольку, как правило, подсолнечное масло предлагается к продаже в специальных секциях торговых точек, удаленных от прикассовых зон. Таким образом, обстоятельств, способных существенно повысить вероятность смешения и изменить вывод об отсутствии имитации, в данном случае не усматривается.

Таким образом, ОКЮР признает отсутствие имитации (копирования) между упаковками подсолнечного масла с этикеткой «СЛОБОДА» и «ЯНТА», являющихся предметом рассмотрения по делу.

Вышеуказанное заключение направлено в адрес лиц, участвующих в деле.

Дополнительно, ОАО «ЭФКО» представлены следующие письменные пояснения и материалы.

Согласно письменным пояснениям ОАО «ЭФКО» полагает, что заключение ОКЮР не является относимым доказательством по делу в связи со следующим.

1) Вывод об отсутствии оригинальности у бутылки, которой согласно действующему законодательству предоставлена правовая охрана является несостоятельным. Кроме того, ОКЮР в своем заключении не привел ни одного факта присутствия на рынке схожих бутылок в подтверждение «типичности формы бутылки на рынке подсолнечного масла»;

2) Специалисты ОКЮР, отметив сходство бутылок и игнорируя практику судов и мнение ученых-маркетологов сделали совершенно противоположный - необоснованный и неподтвержденный вывод.

3) Специалистами ОКЮР не применялись нормы действующего законодательства в отношении промышленных образцов, а базировались лишь на законодательстве о товарных знаках, т.е. была применена не полная нормативно-правовая и методологическая база.

ОАО «ЭФКО» представило следующие дополнительные материалы:

1) рецензия специалиста Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования Российской государственной академии интеллектуальной собственности Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее - ФГБОУ ВО РГАИС) от 12.08.2019г. на заключение Ассоциации «НП ОКЮР», где сделаны выводы о том, что специалистами ОКЮР была применена неверная нормативно-правовая и методологическая база.

2) отчет по итогам социологического опроса потребителей Иркутской области, а также потребителей Забайкальского края и Республики Бурятия «Восприятие потребителями бутылок подсолнечного масла торговых марок «СЛОБОДА» и «ЯНТА» подготовленного ЗАО «Клуб «Новое сословие». По итогам проведенного исследования было установлено, что абсолютное большинство потребителей считают, что бутылки подсолнечного масла «СЛОБОДА» и «ЯНТА» схожи.

3) заключение по результатам проведения патентной экспертизы промышленного образца по патенту №114216, подготовленное Патентным поверенным РФ, рег. №25 — <...>. Согласно выводам данного заключения, изделие в виде бутылки подсолнечного масла «ЯНТА» производит на информированного потребителя такое же общее зрительное впечатление, какое производит внешний вид бутылки подсолнечного масла «СЛОБОДА».

4) заключение патентного поверенного <...>. по использованию и имитации промышленного образца «Бутылка с крышкой и наклейкой», защищенного патентом РФ №114216. Согласно вышеуказанному заключению товары имеют сходное значение. Как полагает патентный поверенный <...> даже при наличии разных названий товаров присутствуют признаки имитации, которая выражается в использовании идентичной формы товара, двухцветной пробки, расположении полей для надписей этикетки, изображении цветка подсолнуха.

Вместе с тем, выводы установленные в материалах, которые были представлены ОАО «ЭФКО» не соответствуют выводам указанным в заключении Ассоциации «НП ОКЮР».

Относительно вышеуказанных проведенных ОАО «ЭФКО» исследований, ООО «Иркутский масложиркомбинат» представило следующие письменные пояснения.

ООО «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад» получил патент на промышленный образец: «Бутылка с крышкой и наклейкой для масла» (дата регистрации: 18.04.2019). Отдельным патентом на промышленный образец; «Пластиковая бутылка для масла» ООО «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад» не обладает и не может его получить, как полагает ООО «Иркутский масложиркомбинат» по причине того, что копирование внешнего вида известных бутылок другого назначения (для минеральной воды, пива, кваса) без творческой переработки, без приемов стилизации не привносит оригинальности дизайн бутылки и всегда отклоняется в Роспатенте при экспертизе заявок на промышленный образец, как несоответствующий критерию «оригинальность».

Как считает ООО «Иркутский масложиркомбинат», представленная ООО «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад» рецензия на заключение Ассоциации «Некоммерческое партнерство «Объединение корпоративных юристов» от

12.08.2019г. не отвечает критериям относимости и допустимости поскольку содержит оценочные доказательства, выводы и подготовлена заинтересованным лицом за плату и в интересах заявителя (ООО «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад»), тогда как заключение ОКЮР от 11.07.2019г., подготовлено независимым партнерством «Объединение корпоративных юристов» экспертами по запросу контролирующего органа - ФАС России.

Также, ООО «Иркутский масложиркомбинат», полагает, что отчет подготовленный ЗАО «Клуб «Новое сословие» для ООО «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад» основан на непрозрачном анонимном контролируемом в интересах заказчика (ООО «Координирующий центр «ЭФКО-Каскад») интернет опросе, завуалированном под социальный опрос, в связи с чем является неотносимым и недопустимым доказательством.

Вместе с тем, ООО «Иркутский масложиркомбинат» обратил внимание Комиссии на то, что ООО «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад» отказался от финансирования экспертизы и социологического опроса, которые предложило провести УФАС по Иркутской области, согласившись лишь на проведение экспертизы Ассоциацией «Некоммерческое партнерство «Объединение корпоративных юристов», но получив заключение, которое не устроило ООО «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад» предпринимает меры получить необходимый результат путем оплаты услуг физических и юридических лиц.

Отсутствие имитации (копирования) между бутылками для растительного масла с этикеткой «ЯНТА» и «СЛОБОДА» установлены объективным независимым исследованием, проведенным по запросу ФАС России, и оформленным в заключении Ассоциации «Некоммерческое партнерство «Объединение корпоративных юристов» о наличии копирования или имитации между товарами, являющимися предметом рассмотрения по делу, возбужденному Иркутским УФАС России по признакам нарушения п.2 ст. 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» от 11.07.2019г.

Таким образом, как полагает ООО «Иркутский масложиркомбинат» в его действиях отсутствуют признаки недобросовестной конкуренции, предусмотренные пунктом 2 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», в связи с чем просит прекратить рассмотрение дела так как отсутствует нарушение антимонопольного законодательства.

Комиссия Иркутского УФАС России заслушав доводы лиц, участвующих в деле и оценив имеющиеся в материалах дела доказательства, приходит к следующим выводам.

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.

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.

В силу пункта 2 статьи 14.6 Закона 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.

Таким образом, для выявления акта недобросовестной конкуренции необходимо наличие в действиях хозяйствующего субъекта всех признаков недобросовестной конкуренции, установленных в пункте 9 статьи 4 Закона «О защите конкуренции», а именно:

- осуществление действий хозяйствующим субъектом – конкурентом;
- направленность действий хозяйствующего субъекта на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности;
- противоречие указанных действий положениям действующего законодательства, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости;
- причинение или способность причинения указанными действиями убытков другому хозяйствующему субъекту-конкуренту, либо нанесения ущерба его деловой репутации.

Недоказанность хотя бы одного из вышеперечисленных признаков исключает признание действий хозяйствующего субъекта актом недобросовестной конкуренции. Для доказывания совершения правонарушений, запрет на которые содержат статьи 14.1 – 14.7 Закона «О защите конкуренции», необходимо также установление специальных признаков.

Согласно ст.44 Закона о защите конкуренции, заявление о нарушении антимонопольного законодательства подается в письменной форме в антимонопольный орган и должно содержать следующие сведения:

- 1) сведения о заявителе (фамилия, имя, отчество и адрес места жительства для физического лица; наименование и место нахождения для юридического лица);
- 2) имеющиеся у заявителя сведения о лице, в отношении которого подано заявление;
- 3) описание нарушения антимонопольного законодательства;
- 4) существо требований, с которыми заявитель обращается;
- 5) перечень прилагаемых документов.

К заявлению прилагаются документы, свидетельствующие о признаках нарушения антимонопольного законодательства

Таким образом, на лицо, подающее заявление о нарушении антимонопольного законодательства, возложена обязанность по представлению в антимонопольный орган доказательств, подтверждающих обстоятельства изложенные в заявлении.

Однако, ОАО «ЭФКО» не представлено доказательств негативных последствий от действий совершенных ООО «Иркутский масложиркомбинат», а именно о причинении или способности причинения действиями ООО «Иркутский масложиркомбинат» убытков, либо нанесения ущерба деловой репутации.

Пункт 2 статьи 14.6 Закона «О защите конкуренции» содержит запрет на недобросовестную конкуренцию путем совершения хозяйствующим субъектом действий (бездействия), способных вызвать смешение с товарами, вводимыми хозяйствующим субъектом-конкурентом в гражданский оборот на территории Российской Федерации, в том числе копирование или

имитацию внешнего вида товара, вводимого в гражданский оборот хозяйствующим субъектом- конкурентом.

Копирование внешнего вида изделия представляет собой воспроизведение внешнего вида изделия другого хозяйствующего субъекта (предпринимателя) и введение его в гражданский оборот.

Имитация внешнего вида товара представляет собой своеобразное подражание товару конкурента с целью создания у покупателей впечатления о принадлежности таких товаров линейке имитируемых товаров.

По мнению Комиссии Иркутского УФАС России предполагается, что имитировать (тем более копировать) в целях недобросовестной конкуренции оправданно только те элементы оформления, которые обладают индивидуализирующими свойствами, в связи с чем соглашается с выводами специалистов ОКЮР о том, что доминирующим элементом упаковки является все же этикетка, но не форма бутылки.

Упаковка товара является неразрывной совокупностью составляющих ее элементов, а именно: форма упаковки, ее цвет, фактура, вид этикетки (форма, цветовой, графическое и изобразительное решения) и ее расположение, наименование. Сочетание всех перечисленных элементов формирует в результате зрительный образ товара, который запоминает потребитель, и на который он в дальнейшем ориентируется, осуществляя свои привычные покупки.

Как полагает Комиссия Иркутского УФАС России единственным признаком, объединяющим все имеющиеся на товарном рынке подсолнечные масла в бутылках, является то, что обусловлено физической природой самого товара – жидкости, а именно: потребительской тарой для данного товара является бутылка (в большинстве случаев - бесцветная), закрытая крышкой. В данном случае сам товар диктует форму упаковки. Все же остальные элементы оформления определяются только фантазией дизайнеров либо той или иной маркетинговой идеей, заложенной производителем в соответствующий бренд.

Упаковка подсолнечного масла по своему функциональному назначению не имеет иной формы кроме бутылки. Данный вид упаковки является стандартным для такого продукта как масло подсолнечное. Все бутылки подсолнечного масла в большинстве случаев имеют один и тот же состав композиционных элементов: бутылка, этикетка, крышка.

Вместе с тем, бутылки подсолнечного масла «ЯНТА» и «СЛОБОДА», которые были предметом первоначально представленного ОАО «ЭФКО» социологического опроса потребителей и экспертизы, представлены на демонстрационных карточках не в том виде, в каком он участвует в гражданском обороте на товарном рынке растительного масла Российской Федерации. Сам опрос имел целью доказать сходство оформления бутылок растительного масла, выпускаемых разными производителями, исходя только из сходства формы бутылок, что является очевидным фактом, следующим из осмотра образцов представленной продукции, без выяснения восприятия потребителями основных индивидуализирующих элементов оформления противопоставленной продукции.

Однако значительную часть этикетки продукции Заявителя занимает словесный элемент «СЛОБОДА», повторяющийся также и на ободке крышки.

По мнению Комиссии Иркутского УФАС России, продукция как ОАО «ЭФКО», так и ООО «Иркутский Масложирокомбинат», даже при сходстве цветовой гаммы и композиционного решения оформлена с использованием достаточного количества индивидуализирующих элементов, позволяющих отграничить продукцию одного производителя от другого.

Таким образом, Комиссия Иркутского УФАС России критически относится к выводам социологического опроса подготовленного профессором кафедры методологии

социологических исследований социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова - <...>., из которого следует, что только на основании сходства форм бутылок и в отсутствии установленного сходства других элементов оформления потребители пришли к выводу о том, что противопоставленные товары выпускаются одной и той же либо связанными компаниями.

Комиссия Иркутского УФАС России критически относится к представленной ОАО «ЭФКО» рецензии специалиста Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования Российской государственной академии интеллектуальной собственности Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее - ФГБОУ ВО РГАИС) от 12.08.2019г. на заключение Ассоциации «НП ОКЮР», где сделаны выводы о том, что специалистами ОКЮР была применена неверная нормативно-правовая и методологическая база, в связи со следующим.

Дело № 1-14.6-23/38--19 о нарушении антимонопольного законодательства возбуждено по признакам нарушения ООО «Иркутский масложиркомбинат» пункта 2 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции, в рамках рассмотрения которого необходимо установить доказан или не доказан факт имитации/копирования данным хозяйствующим субъектом внешнего вида товара (подсолнечного масла), что способно вызвать смешение на соответствующем рынке товаров разных хозяйствующих субъектов – конкурентов.

В связи с этим обычной практикой является вынесение антимонопольным органом данных вопросов на рассмотрение экспертных советов, а также направление запроса в Ассоциацию НП «Объединение корпоративных юристов» (ОКЮР) на основании дополнительного соглашения от 26.02.2019 к Соглашению о взаимодействии ФАС России с ОКЮР от 17.05.2011 для предоставления специалистов компаний, входящих в ОКЮР, о наличии копирования или имитации между товарами, являющимися предметом рассмотрения дела.

Заключение ОКЮР подготавливается с учетом Методических рекомендаций по определению сходства элементов, индивидуализирующих товары, согласно части 2 статьи 14.6 ФЗ «О защите конкуренции», и не является экспертным заключением. Однако исследование проводится незаинтересованными лицами и может рассматриваться в качестве относимого доказательства по делу, поскольку имеет непосредственное отношение к предмету рассмотрения дела: возможности возникновения смешения в результате копирования/имитации внешнего вида товара.

При этом в соответствии с пунктом 162 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 № 10 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации" специальных знаний для установления степени сходства обозначений и однородности товаров не требуется, в связи с чем ссылка в рецензии на квалификационные требования, предъявляемые к эксперту в соответствии со статьей 13 Федерального закона от 31.05.2001 № 73-ФЗ «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации», являются безосновательными.

Кроме того, перед специалистами ОКЮР не ставились вопросы, связанные с исследованием промышленного образца, поскольку промышленный образец предметом исследования не являлся. Более того, вопросы нарушения исключительных прав на какие-либо результаты интеллектуальной деятельности не входят в предмет доказывания по делам, связанным с нарушением запрета, установленного пунктом 2 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции.

Таким образом, Комиссия Иркутского УФАС России не может принять выводы указанные в рецензии специалиста ФГБОУ ВО РГАИС в качестве доказательств, опровергающих выводы установленные ОКЮР в своем заключении, поскольку рецензия заказывается для того, чтобы опровергнуть или поставить под сомнение выводы такого исследования. Цель подобной рецензии не позволяет рассматривать ее в качестве объективного свидетельства. Более того, рецензия представляет собой мнение одного лица, высказывавшего свое профессиональное суждение по поставленному вопросу. В связи с чем,

выводы представленной рецензии не имеют отношения к предмету рассматриваемого дела о нарушении антимонопольного законодательства.

Комиссия Иркутского УФАС России критически относится к выводам указанным в отчете по итогам социологического опроса потребителей Иркутской области, а также потребителей Забайкальского края и Республики Бурятия «Восприятие потребителями бутылок подсолнечного масла торговых марок «СЛОБОДА» и «ЯНТА» подготовленного ЗАО «Клуб «Новое сословие» по заказу ОАО «ЭФКО», в связи со следующим.

Вышеуказанный социологический опрос проводился непосредственно по заказу ОАО «ЭФКО» самостоятельно, без согласования вопросов с ООО «Иркутский масложиркомбинат», при этом в ходе рассмотрения дела Комиссией Иркутского УФАС России было предложено сторонам представить вопросы и специалистов для проведения социологического опроса. Сторонами не было достигнуто договоренности относительно оплаты данного исследования, в связи с чем Комиссией было принято решение направить материалы дела в ФАС России для разрешения вопроса о передаче данных материалов в Ассоциацию НП «Объединение корпоративных юристов». Однако, после получения заключения ОКЮР, ОАО «ЭФКО» самостоятельно приняло решение о проведении социологического опроса. Исходя из отчета по итогам социологического опроса потребителей Иркутской области, Забайкальского края и Республики Бурятия «Восприятие потребителями бутылок подсолнечного масла торговых марок «СЛОБОДА» и «ЯНТА» подготовленного ЗАО «Клуб «Новое сословие», опрос проводился посредством размещения анкеты на сайте регионального средства массовой информации «Кто есть кто в Байкальском регионе» (<https://kto-irkutsk.ru>) с целью получения ответов непосредственно жителей регионов.

Как полагает Комиссия, при подготовке опроса ЗАО «Клуб «Новое сословие» не был установлен начальный и конечный период либо даты проведения «опроса» или период выборки, который учитывался бы при подготовке аналитического отчета. Также, как считает Комиссия, социологический опрос проводился только в отношении формы бутылки с использованием вопросов которые формируют у участника мнение о том, что данные бутылки подсолнечного масла «СЛОБОДА» и «ЯНТА» все-таки являются скорее схожими, чем не схожими, так как практически в каждом вопросе, которые были утверждены ОАО «ЭФКО» присутствует слово «схожи», например вопрос №3 согласно анкеты социологического опроса: «как вы считаете, схожи ли формы бутылок?», вопрос №4: «насколько похожи представленные формы бутылок?», вопрос №5: «если формы бутылок схожи, то укажите почему?», вопрос №6: «почему данные формы бутылок схожи?». Такие вопросы, по мнению Комиссии Иркутского УФАС России являются наводящими, то есть, дословно или по содержанию делающий очевидным определенный ответ или констатирующий наличие определенных вещей, хотя в действительности этого нет.

Также, Комиссией осмотрен информационный интернет ресурс <https://kto-irkutsk.ru>. Как было установлено, в опросе на сайте <https://kto-irkutsk.ru> один человек с одного компьютера может поучаствовать неограниченное количество раз. По окончании прохождения и отправки опроса члену контрольной группы требуется запомнить код- подтверждение и передать его для контроля. По окончании заполнения анкеты каждый раз появляется сообщение: «Спасибо, опрос пройдет и ваши данные записаны! Запомните код-подтверждение: AML-0507». Результаты данного опроса после завершения прохождения опроса не представляются. Кто является членом контрольной группы не установлено, куда и кому передается код-подтверждение также не установлено.

Проанализировав вышеуказанные доказательства, Комиссия Иркутского УФАС России приходит к выводу, что заключение специалиста ФГБОУ ВО РГАИС, а также аналитический отчет по итогам социологического опроса подготовленный ЗАО «Клуб «Новое Сословие» не могут рассматриваться в качестве надежных и достоверных доказательств, опровергающих выводы заключения Ассоциации «НП ОКЮР».

Оценивая с точки зрения рядового потребителя противопоставленные товары, Комиссия

Иркутского УФАС России полагает следующее.

Квадратная форма донца и наличие на ней ребер не является той особенностью упаковки, которая сразу бросается в глаза покупателю, смотрящему на полку с подсолнечным маслом. Чтобы ее увидеть, товар нужно рассматривать, особенно с учетом того, что сама бутылки практически всегда является прозрачной, а содержимое бутылки в подавляющем большинстве случаев совпадает по цвету у продукции разных производителей. Однако покупка данного товара не предполагает его подробное и тщательное рассматривание, поскольку алгоритм покупательского поведения в отношении товаров широкого пользования повседневного спроса не предусматривает больших временных затрат на выбор товара.

Относительно довода о том, что 29.12.2017 года ОАО «ЭФКО» обратилось в Федеральную службу по интеллектуальной собственности с заявлением о выдаче патента на промышленный образец и 22.03.2019 года и получило решение о выдаче патента на промышленный образец, Комиссия Иркутского УФАС России поясняет следующее.

Наличие зарегистрированного патента само по себе не свидетельствует об уникальности запатентованного внешнего вида изделия промышленного или кустарно-ремесленного производства, поскольку законодатель предусматривает признание недействительным патента на промышленный образец (статья 1398 ГК РФ) в случае его несоответствия условиям патентоспособности (статья 1352 ГК РФ), которое может выявиться в ходе оспаривания соответствующего патента.

В соответствии со ст.1367 Гражданского кодекса РФ (далее — ГК РФ), лицо, которое до даты приоритета изобретения, полезной модели или промышленного образца (статьи 1381 и 1382) добросовестно использовало на территории Российской Федерации созданное независимо от автора тождественное решение или решение, отличающееся от изобретения только эквивалентными признаками (пункт 3 статьи 1358), либо сделало необходимые к этому приготовления, сохраняет право на дальнейшее безвозмездное использование тождественного решения без расширения объема такого использования (право преждепользования).

Согласно ч.1 ст.1381 ГК РФ, приоритет изобретения, полезной модели или промышленного образца устанавливается по дате подачи в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности заявки на изобретение, полезную модель или промышленный образец.

В ходе рассмотрения дела было установлено, что датой приоритета патента №114216 «Бутылка с крышкой и наклейкой для масла» принадлежащего ОАО «ЭФКО» является — 29.12.2017г. (дата подачи заявки).

Чертеж бутылки нового образца подсолнечного масла «ЯНТА» был утвержден генеральным директором ООО «Иркутский Масложиркомбинат» в 2016 году. В 2016 году ООО «Иркутский Масложиркомбинат» закупило оборудование для выпуска бутылки новой формы (подтверждается договором от 11.02.2016 №3) и ввело в гражданский оборот вышеуказанную продукцию, в связи с чем у ООО «Иркутский Масложиркомбинат» возникло право преждепользования в силу соблюдения условий, указанных в статье 1361 ГК РФ.

Таким образом, Комиссия Иркутского УФАС России приходит к выводу, что упаковка товара (бутылка) подсолнечного масла «ЯНТА» 1 литр, производимая ООО «Иркутский масложиркомбинат» не сходна до степени смешения с упаковкой товара (бутылкой) подсолнечного масла «СЛОБОДА» 1 литр, производимого ОАО «ЭФКО».

На основании изложенного, руководствуясь статьей 23, ч. 1 ст.39, ч.ч. 1 - 4 статьи 41, п.1 ч.1. ст.48, ч.1 ст.49 Федерального закона РФ «О защите конкуренции» от 26.07.2006г. № 135-ФЗ, Комиссия Иркутского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Прекратить рассмотрение дела № 1-14.6-23/38—19 о нарушении антимонопольного законодательства, возбужденного в отношении ООО «Иркутский масложиркомбинат» по признакам нарушения ч.2 ст. 14.6 Закона о защите конкуренции, в связи с совершением действий выразившихся в копировании или имитации 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, а именно в выпуске продукции подсолнечного масла «ЯНТА» 1 литр, имеющей форму упаковки (бутылки), схожей до степени смешения с упаковкой (бутылкой), выпускаемой ОАО «ЭФКО», а именно подсолнечного масла «Слобода» 1 литр, на основании п. 1 ч. 1 статьи 48 Федерального закона РФ «О защите конкуренции» от 26.07.2006г. № 135-ФЗ в связи с отсутствием нарушения антимонопольного законодательства в рассматриваемых комиссией действиях.

2. Копии решения направить лицам, участвующим в деле.