

РЕШЕНИЕ

по делу № 08/01/14.6-37/2021

о нарушении антимонопольного законодательства

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «16» ноября 2021 г.

В полном объеме решение изготовлено «26» ноября 2021 г.

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

<...>,

рассмотрев дело № 08/01/14.6-37/2021 о нарушении ООО «Калужский ликеро-водочный завод Кристалл» (249038, Калужская обл., г. Обнинск, пр-д Коммунальный, д. 23, стр. 1А, здание АБК, 3-й эт., каб. 5, ОГРН 1164027063540, ИНН 4025447648) пункта 2 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - Закон «О защите конкуренции»), в присутствии на заседании представителей АО «Ликеро-водочный завод «Топаз», АО «Сибирский ликерно-водочный завод» и ООО «Парламент Продакшн» <...>, <...>, <...>, и представителя ООО «Калужский ликеро-водочный завод Кристалл» <...>,

УСТАНОВИЛА:

В Федеральную антимонопольную службу поступило заявление АО «Ликеро-водочный завод «Топаз», АО «Сибирский ликерно-водочный завод» и ООО «Парламент Продакшн» (далее также – Заявители) о нарушении антимонопольного законодательства со стороны ООО «Калужский ликеро-водочный завод Кристалл» (далее также – Ответчик), выразившемся в недобросовестной конкуренции, связанной с введением в гражданский оборот на территории Российской Федерации водки «Тейка», имитирующей продукцию Заявителей: водку «Талка» (далее также – Продукция).

Группа компаний РУСТ осуществляет деятельность по производству и реализации алкогольных напитков с 2003 года. В алкогольный холдинг РУСТ входят различные производители алкогольной продукции, в том числе АО «Ликеро-водочный завод «Топаз», АО «Сибирский ликерно-водочный завод» и ООО «Парламент Продакшн», а также правообладатели объектов интеллектуальной собственности, в частности, компании Влактор Трейдинг Лимитед и АО «Руст Россия». В 2008 году группой компаний РУСТ был создан бренд алкогольной продукции «Талка». Данный факт подтверждается заключенными компанией Влактор Трейдинг Лимитед и АО «Руст Россия» договорами по разработке бренда «Талка» и внешнего вида одноименной продукции.

С 2011 года и по настоящее время группа компаний РУСТ на своих предприятиях производит и поставляет на товарный рынок Российской Федерации водку «Талка».

Компании Влактор Трейдинг Лимитед и АО «Руст Россия» принадлежат исключительные права на товарные знаки:

- словесный товарный знак ТАЛКА по свидетельству № 432926, зарегистрированный 22.03.2011 в отношении товаров 32, 33 классов МКТУ (в том числе безалкогольные и алкогольные напитки);
- словесный товарный знак TALKА по свидетельству № 432925, зарегистрированный 22.03.2011 в отношении товаров 32, 33 классов МКТУ (в том числе безалкогольные и алкогольные напитки);
- изобразительный товарный знак по свидетельству № 457577, зарегистрированный 26.03.2012 в отношении товаров 33 класса МКТУ (водка, водка особая);
- изобразительный товарный знак по свидетельству № 456824, зарегистрированный 19.03.2012 в отношении товаров 33 класса МКТУ (водка, водка особая);
- изобразительный товарный знак по свидетельству № 454989, зарегистрированный 27.02.2012 в отношении товаров 32, 33 классов МКТУ (в том числе безалкогольные и алкогольные напитки);
- изобразительный товарный знак по свидетельству № 466266, зарегистрированный 11.07.2012 в отношении товаров 32, 33 классов МКТУ (в том числе безалкогольные и алкогольные напитки);
- изобразительный товарный знак по свидетельству № 570436, зарегистрированный 05.04.2016 в отношении товаров 33 класса МКТУ (водка, водка особая);

- изобразительный товарный знак по свидетельству № 594823, зарегистрированный 15.11.2016 в отношении товаров 33 класса МКТУ (в том числе алкогольные напитки);

- изобразительный товарный знак по свидетельству № 581084, зарегистрированный 18.07.2016 в отношении товаров 33 класса МКТУ (в том числе безалкогольные и алкогольные напитки).

Заявители используют данные обозначения на основании заключенных с правообладателями товарных знаков лицензионных договоров. Иным лицам право на использование указанных товарных знаков правообладатели не предоставляли.

Группой компаний РУСТ предпринимались активные действия по продвижению водки «Талка», о чем свидетельствуют информационные материалы, размещаемые в точках продажи соответствующей алкогольной продукции. С момента появления водки «Талка» на российском рынке в общедоступных информационных источниках содержится большое количество отзывов и статей о данном товаре (статья «Водка получила бренд», портал Retail.ru, 25.03.2011; статья «Талка» - наиболее быстрорастущий водочный бренд в мире», 19.06.2019, Портал re-port.ru).

Также водка «Талка» более пяти лет занимает лидирующие позиции в рейтингах независимых изданий среди алкогольной продукции («VODKA», журнал «The millionaires club», июль 2015).

Оригинальные элементы дизайна бутылки водки «Талка» (четырёхугольная форма, бело-синяя цветовая гамма, название продукции, зарегистрированные группой компаний РУСТ в качестве товарных знаков) стали известны рядовому российскому покупателю, в связи с чем, с момента создания и до настоящего времени, дизайн водки «Талка» существенным образом не менялся.

Согласно выписке из ЕГРЮЛ, основной деятельностью ООО «Калужский ликеро-водочный завод Кристалл» является производство алкогольной продукции. Заявители и Ответчик реализуют аналогичные товары - водку.

Таким образом, Заявители и Ответчик являются хозяйствующими субъектами-конкурентами, что также подтверждается кратким отчетом (обзором) состояния конкуренции.

18.10.2019 представителем Заявителей была приобретена водка «Тейка» производства ООО «Калужский ликеро-водочный завод Кристалл», что подтверждает факт реализации данной продукции на территории Российской Федерации.

При проведении сравнительного анализа внешнего вида упаковок можно сделать выводы о схожести дизайна. Основная часть бутылки как водки «Талка», так и водки «Тейка», выполнена в форме параллелепипеда с резким сужением в зоне горлышка. Горлышко продолговатой формы, с размещенными на нем укупорочными средствами также продолговатой формы. Размеры и форма колпаков, горлышка и этикеток по отношению к размерам товара в целом являются идентичными.

Форма этикеток, используемая на бутылках, является трехсторонней, этикетки одинаковой квадратной формы, размещены в одинаковом положении. Формы шрифтовых и изобразительных элементов, используемых на этикетках сравниваемых образцов продукции, сходны.

Названия продукции выполнены печатными буквами, обведенными контуром. Состоят из пяти букв, первая и две последние из которых совпадают.

Размещенные на этикетках надписи «Сибири» и «На спирте Альфа» на водке «Талка» и «Тейка» соответственно, выполнены сходным шрифтом.

Элементы оформления водки «Талка» и водки «Тейка» размещены пропорционально идентично относительно друг друга. Цветовая гамма и размеры элементов упаковки товаров также выполнены в тождественной пропорции.

В тематике оформления водки «Талка» и водки «Тейка» прослеживаются образы зимних пейзажей.

Оформление сравниваемых продуктов имеют одинаковую цветовую гамму: выполнены в сине-белых тонах, укупорочные средства в белом цвете. Обе этикетки содержат напыление с серебряными блестками.

Заявителями представлены результаты социологического опроса «Мнение респондентов относительно сходства/различия внешнего вида бутылок водки «Талка» и «Тейка», а также о возможности введения потребителей в заблуждение относительно их производителей», проведенного ВЦИОМ.

В начале опроса респондентам было продемонстрировано изображение бутылки водки «Тейка» без сравнения с изображениями иных водок в целях выявления у респондентов изначальных ассоциаций, вызываемых исключительно изображением водки «Тейка». Четверо из десяти опрошенных (43%) заявили, что данная продукция ассоциируется у них с другой водкой, представленной на рынке. Три четверти из них (74%) высказали ассоциации с водкой «Талка», при этом половина среди них (52%) объяснили свои ассоциации сходством названий этих водок, а

треть (34%) – сходством внешнего вида.

При этом 44% респондентов полагает, что водка в тестируемых бутылках выпускается одним производителем или производителями, связанными между собой. А также 44% участников опроса допускают возможность перепутать водку «Талка» и «Тейка» при покупке.

Как водка «Талка» производства Заявителей, так и водка «Тейка» производства Ответчика, продаются на территории Российской Федерации. Вместе с тем группа компаний РУСТ реализует данный товар с 2011 года, а Ответчик согласно информации из федерального реестра алкогольной продукции Росалкогольрегулирования - с 2018 года.

Комиссией ФАС России в ходе рассмотрения дела было установлено, что ранее водка «Тейка» производилась в ином дизайне, кардинально отличающемся от дизайна водки «Тейка», в котором продукция реализуется в настоящее время. В подтверждение чего Заявителями в материалы дела были представлены изображения водки «Тейка» в старом дизайне. Ответчик против достоверности приобщенных Заявителями фотографий не возражал.

У Заявителей определением ФАС России № 08/41590/21 от 20.05.2021 были запрошены дополнительные документы, подтверждающие год начала введения в гражданский оборот водки «Талка» в актуальном дизайне.

Письмом № 88231/21 от 28.05.2021 Заявителями были представлены запрашиваемые документы, из которых следует, что водка «Талка» реализовывалась в актуальном дизайне на территории Российской Федерации с 2011 года; также были представлены документы, подтверждающие известность водки «Талка» среди российских потребителей, узнаваемость актуального дизайна продукции и его неизменность с 2011 года по настоящее время.

Дополнительно Заявителями по запросу Комиссии ФАС России были представлены массивы анкет респондентов по социологическому опросу ВЦИОМ, представленному в материалы дела с заявлением о нарушении антимонопольного законодательства.

Также на заседании комиссии ФАС России 21.06.2021 Заявителями было представлено Заключение № 66-2021 от 18.06.2021 Лаборатории социологической экспертизы Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, подготовленное по результатам социологического опроса, проведенного с 07.06.2021 по 18.06.2021 среди совершеннолетних жителей Российской Федерации – потребителей

алкогольных напитков.

Данное заключение содержит общий анализ методики Фонда ВЦИОМ, которая была применена в том числе при подготовке отчета «Мнение респондентов относительно сходства/различия внешнего вида бутылок водки «Талка» и «Тейка», а также о возможности введения потребителей в заблуждение относительно их производителей», для чего было проведено исследование с целью проверки влияния выбранных методических инструментов на результаты исследования и эмпирической фиксации различий в распределении ответов респондентов по ключевым индикаторам.

Данные, полученные Лабораторией социологической экспертизы, в целом, подтверждают результат, полученный Фондом ВЦИОМ.

Заявители также указывают, что квадратная форма бутылки ассоциируется у российского потребителя с водкой «Талка», что подтверждается скриншотами интернет-страниц с отзывами потребителей, в том числе отзывами, отмечающими оригинальность формы бутылки.

Письмом от 08.10.2021 (рег. № 169085/21 от 08.10.2021) Заявителями было представлено в материалы дела уведомление (по заявке № 2021730096 от 31.08.2021) Федеральной службы по интеллектуальной собственности (далее также – Роспатент) о результатах проверки соответствия заявленного обозначения требованиям законодательства. Согласно данному уведомлению в результате экспертизы, проведенной Роспатентом, было установлено, что внешний вид этикетки водки «Тейка» сходен до степени смешения с этикетками водки «Талка».

Дополнительно ФАС России был сделан запрос в Федеральную службу по регулированию алкогольного рынка (далее также – Росалкогольрегулирование) о предоставлении информации об объеме реализации водки «Тейка» и «Талка» по каждому субъекту Российской Федерации за период 2018-2021 годов.

На основании ответа Росалкогольрегулирования на запрос ФАС России Комиссией ФАС России был сделан вывод о том, что масштабы реализации водки «Талка» в тысячу раз выше объемов реализации водки «Тейка», что подтверждает ее распространенность и известность.

Ознакомившись с имеющимся в материалах дела данными по реализации водки «Талка» и водки «Тейка», предоставленными Росалкогольрегулированием по запросу ФАС России, Заявители обратили внимание Комиссии ФАС России на то, что после появления водки «Тейка» на рынке в ряде регионов в 2019 году снизились продажи

водки «Талка».

Однако данный довод Комиссия ФАС России полагает несостоятельным, так как продажи водки «Талка» в соответствии с представленными данными также снижались в ряде регионов, где водка «Тейка» в 2019 году не была представлена (Краснодарский край, Республика Саха (Якутия)), что говорит о невозможности достоверно установить такую зависимость.

В свою очередь, Ответчиком в ходе заседаний Комиссии ФАС России представлялись письменные позиции и давались устные пояснения по делу.

Доводы Ответчика состояли в том, что новый дизайн водки «Тейка» был разработан в 2018 году с условием сохранения прежних цветов товара. Аналогия дизайна водки «Тейка» по отношению к водке «Талка» обусловлена объективными причинами, и реализация продукции Ответчика в данном дизайне не может являться нарушением антимонопольного законодательства.

Комиссия ФАС России полагает, что довод Ответчика о том, что дизайн является типичным для подавляющего числа производителей водок, является голословным и документально не подтвержденным. Представленные Ответчиком материалы не свидетельствуют о том, что подобное оформление повсеместно распространено на рынке крепкой алкогольной продукции. Также Комиссией ФАС России был самостоятельно проведен анализ оформления крепкой алкогольной продукции средней ценовой категории, в результате которого не был выявлен факт использования оформления, характерного для бутылок водки «Талка» и водки «Тейка», иными производителями.

По мнению Ответчика, форма упаковки водки «Тейка» не похожа на форму упаковки «Талка». Так, упаковка водки «Тейка» представляет собой бутылку, основание которой восьмигранник, в то время как «Талка» выпускается в бутылке, основание которой квадрат. Плечи бутылки «Тейка» выше плеч бутылки «Талка». Вид и форма укупорочных средств водки «Тейка», которые схожи по виду и форме с укупорочными средствами водки «Талка», обусловлены практической необходимостью.

Данные доводы были отклонены Комиссией ФАС России в связи со следующим.

Комиссия ФАС России полагает, что основными элементами оформления товаров являются их цвет (цветовая гамма) и форма (внешний вид) вместе со структурой элементов формы (внешнего вида).

Поскольку на эти элементы изначально обращает внимание потребитель, именно они выполняют функцию по формированию индивидуализирующей способности оформления товара того или иного производителя.

Соответственно именно эти элементы оформления товара должны максимально отличать упаковку товара одного хозяйствующего субъекта от упаковки аналогичного товара другого хозяйствующего субъекта.

Путем осмотра упаковок товара Комиссией ФАС России было установлено, что различия упаковок в оформлении, на которые указывает Ответчик, не имеют существенного значения для индивидуализации товара Ответчика: плечи водки «Тейка» незначительно выше, а форма бутылки водки «Тейка» - восьмигранник с неравными по отношению друг к другу гранями, на первый взгляд создает впечатление, что основанием бутылки водки «Тейка» является квадрат.

Комиссия ФАС России полагает, что общее впечатление, возникающее при сравнении бутылок водки «Талка» и водки «Тейка», является сходным. Также Комиссия ФАС России отмечает сходство отдельных элементов оформления: бутылка выполнена в форме параллелепипеда с резким сужением в зоне горлышка; бело-синяя цветовая гамма этикеток, форма которых является трехсторонней, с использованием напыления с серебряными блестками; этикетки размещены в одинаковом положении; укупорочные средства выполнены в белом цвете.

По мнению Ответчика, Заявителем не доказано наличие перераспределения спроса, нанесения убытков в виде упущенной выгоды, снижения количества проданного товара вследствие действий Ответчика по реализации продукции в спорном дизайне, поскольку объемы реализации водки «Тейка» значительно ниже объемов реализации водки «Талка».

Данный довод был отклонен Комиссией ФАС России, так как для признания действий недобросовестной конкуренцией достаточно лишь наличия угрозы нанесения убытков вне зависимости от величины объема реализации.

Оценка довода Заявителей о снижении количества проданного товара вследствие действий Ответчика по реализации продукции в спорном дизайне в ряде регионов была дана выше.

Также 21.06.2021 Ответчиком была представлена уточненная позиция, согласно которой:

- водка «Тейка» в старом дизайне выпускалась предыдущими владельцами товарного знака с 2008 года;
- новый дизайн был разработан Ответчиком с сохранением прежних цветов в соответствии с предыдущим дизайном по договору на разработку дизайна №1 от 10.01.2018 с ООО «Аква-Лэнд»;
- выводы, содержащиеся в представленном Заявителем социологическом опросе, представляют собой субъективное мнение лица, не являющегося лицом, участвующим в деле, достоверность которого проверить невозможно;
- продукция Ответчика правомерно выпускается под зарегистрированным словесным товарным знаком «Тейка» (свидетельство № 204984), который был приобретен по договору об отчуждении исключительного права на товарный знак № РД0318550 от 05.12.2019 и имеет более раннюю дату приоритета, чем товарные знаки Заявителя;
- единственное, что могло бы повлиять на восприятие потребителя и привести к смешению – это наименования, которые являются зарегистрированными товарными знаками, принадлежащими сторонам по делу.

Довод Ответчика о наличии у обеих сторон исключительных прав на товарные знаки (из чего следует правомерное использование данных обозначений при маркировке своего товара) противоречит заявленному Ответчиком доводу о том, что единственный элемент в оформлении водки «Талка» и водки «Тейка», способный привести к смешению, – это названия, так как исходя из правовой природы товарного знака и смысла статьи 1477 Гражданского кодекса Российской Федерации, товарный знак - обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, уникальность которого устанавливается Роспатентом перед регистрацией исключительного права на него.

Датой заключения договора на разработку нового дизайна водки «Тейка» является 10.01.2018, началом введения в оборот водки «Тейка» в спорном дизайне является 10.12.2018, в то время как договор об отчуждении исключительного права на товарный знак «Тейка» был заключен 05.12.2019. Из чего Комиссией ФАС России было установлено, что на дату начала введения в оборот водки «Тейка» у Ответчика отсутствовали какие-либо права на использование обозначения «Тейка».

Также Ответчиком был заявлен довод о том, что результаты социологического опроса, представленного Заявителем, не должны

учитываться при принятии решения комиссией ФАС России. Данный довод Ответчик подтверждает Отзывом Аналитического центра Юрия Левады «ЛЕВАДА-ЦЕНТР» от 08.06.2021 №17 на отчет: «Мнение респондентов относительно сходства/различия внешнего вида бутылок водки «Талка» и «Тейка», а также о возможности введения потребителей в заблуждение относительно их производителей» (Фонд ВЦИОМ, Москва 2020), а также отчетом Аналитического центра Юрия Левады «ЛЕВАДА-ЦЕНТР» по исследованию степени сходства бутылок водки «Талка» с бутылкой водки «Тейка», а также возможности покупки по ошибке водки «Тейка» вместо водки «Талка».

Ответчик утверждает, что согласно представленным доказательствам результаты исследования, полученные по данной анкете, вызывают обоснованные сомнения, так как выборка исследования не обладает достаточной специфичностью, подход к тестированию изображений неэффективный. Структура опросного инструментария не позволяет собрать объективные мнения.

Согласно исследованию, представленному Ответчиком, подавляющее число потребителей водки (86%) оценивают бутылки «Талка» и «Тейка» как различающиеся в целом между собой и исключают возможность перепутать бутылки водки, риск смешения данной продукции отсутствует. Лишь незначительная доля потребителей (13%) относят бутылки водки к одному производителю, поэтому вероятность введения в заблуждение потребителей в отношении производителя водки крайне незначительная.

Комиссия ФАС России критически относится к результатам данного исследования, так как:

- сравнение упаковок товаров производилось выборочно (сравнивались два образца продукции «Талка» и образец водки «Тейка», хотя в линейке продукции «Талка» присутствует четыре вида), при этом, выбор образцов не был обоснован в рамках исследования;
- установленные потребителями различия в товарах по результатам данного опроса не свидетельствует об отсутствии в них сходства, способного ввести в заблуждение потребителя;
- в рамках проведенного социологического опроса не исследовался вопрос о вероятности возникновения у потребителей при восприятии водки «Тейка» ассоциаций с линейкой водок «Талка»;
- в отчете указано, что 13% потребителей относят бутылки водки «Тейка» и «Талка» к одному производителю, однако в отчете не акцентируется внимание на том, что 20% респондентов воздержалось от ответа.

С целью установления факта осуществления Ответчиком действий по продвижению спорной продукции Определением Комиссии ФАС России № КТ/75878/21 от 08.09.2021 у Ответчика были запрошены следующие имеющие значение для разбирательства документы:

- договор на разработку дизайна водки «Тейка» от 10.01.2018 № 1 с приложенным к нему техническим заданием, документами об исполнении договора;

- документально подтвержденные сведения о предпринятых мерах по продвижению водки «Талка» на рынке.

19.10.2021 Ответчиком были представлены запрашиваемые комиссией ФАС России документы:

- договор №29/02/2020-В «О размещении рекламной информации заказчика на средствах рекламы внутри помещений торговых сетей/супермаркетов, указанных в дополнительном соглашении»;

- договор № 1 на разработку дизайна продукции: водка «Тейка» от 10.01.2018 с приложением акта выполненных работ и техническим заданием.

Из представленных в материалы дела документов не представляется возможным установить, предпринимались ли ответчиком какие-либо действия по продвижению спорной продукции, так как договор №29/02/2020-В «О размещении рекламной информации заказчика на средствах рекламы внутри помещений торговых сетей/супермаркетов, указанных в дополнительном соглашении» не содержит каких-либо упоминаний о том, что предметом рекламирования является водка «Тейка».

В соответствии с Определением ФАС России от 25.06.2021 № 08/52219/21 Комиссией ФАС России было принято решение направить вопрос о наличии или отсутствии копирования или имитации между водкой «Талка» и водкой «Тейка» на рассмотрение Ассоциации «НП «Объединение Корпоративных Юристов России» для подготовки заключения.

Из данного заключения следует, что Ассоциация «НП «Объединение Корпоративных Юристов России» не признает факт наличия имитации между упаковками товаров Заявителей и Ответчика.

Вместе с тем ряд положений Методических рекомендаций по определению сходства элементов, индивидуализирующих товары, которыми руководствуется Ассоциация «НП «Объединение Корпоративных Юристов России» при подготовке заключений, не был применен:

п. 1.6.2 – не проанализировано общее впечатление, которое производят сравниваемые объекты (водка «Талка» и водка «Тейка»);

п. 1.6.5 – не применена позиция, согласно которой вывод о сходстве делается на основе восприятия обозначения в целом, а не отдельных элементов;

п. 2.5 – не установлены обстоятельства, способные повысить вероятность смешения товаров.

Помимо прочего, заключение сделано на основе цветных фотоматериалов товаров, в то время как ФАС России были направлены непосредственно товары, подлежащие сравнительному анализу.

На заседании Комиссии ФАС России 02.09.2021 Заявителем были даны устные комментарии в соответствии с представленными ранее письменными пояснениями, содержащие в том числе возражения на заключение Ассоциации «НП «Объединение Корпоративных Юристов России». Ответчик против заключения Ассоциации «НП «Объединение Корпоративных Юристов России» не возражал.

На основании собранных по делу доказательств и установленных обстоятельств Комиссией ФАС России было принято заключение об обстоятельствах дела № 08/01/14.6-37/2021 о нарушении антимонопольного законодательства (исх. № КТ/94231/21 от 08.11.2021) (далее также — Заключение об обстоятельствах дела).

Определением ФАС России от 19.10.2021 об отложении рассмотрения дела № 08/01/14.6-37/2021 о нарушении антимонопольного законодательства (исх. № КТ/91293/21 от 27.10.2021) сторонам по делу было предложено представить, в случае наличия, пояснения, доказательства и доводы в отношении обстоятельств, изложенных в Заключении об обстоятельствах дела № 08/01/14.6-37/2021 о нарушении антимонопольного законодательства.

От Заявителя пояснений, доказательств и дополнительных доводов до окончания рассмотрения дела в ФАС России не поступило.

ООО «Калужский ликеро-водочный завод Кристалл» представлен отзыв на пояснения Заявителя по делу № 08/01/14.6-37/2021 (рег. № 191165/21 от 15.11.2021 и рег. № 191173/21 от 15.11.2021), а также пояснения на Заключение об обстоятельствах дела № 08/01/14.6-37/2021.

Отзыв на пояснения Заявителя по делу не содержал новых обстоятельств, относящихся к предмету рассмотрения дела. В приложениях к отзыву были представлены документы, подтверждающие ранее заявленные доводы и запрашиваемые Комиссией ФАС России в

ходе рассмотрения дела.

В пояснениях на заключение об обстоятельствах дела Ответчика содержались следующие доводы:

- в действиях ООО «Калужский ликеро-водочный завод Кристалл» отсутствуют признаки недобросовестной конкуренции, ввиду того, что не доказан факт причинения убытков Заявителю;

- выводы Социологического опроса ВЦИОМ не могут являться подтверждением возможности создания смешения продукции Заявителя и Ответчика, так как при проведении опроса не являлась предметом исследования стоимостная разница товара;

- Ответчиком подано возражение на результаты проверки соответствия заявленного обозначения (заявка № 2021730096), Роспатентом не принято решение о регистрации или отказе;

- доводы Комиссии ФАС России в Заключении об обстоятельствах дела о возможности возникновения смешения необоснованны.

По мнению Комиссии ФАС России, доводы Ответчика, изложенные в пояснениях на Заключение об обстоятельствах, являются несостоятельными и опровергаются материалами дела.

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.

Согласно статье 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:

1) незаконное использование обозначения, тождественного товарному знаку, фирменному наименованию, коммерческому обозначению, наименованию места происхождения товара хозяйствующего субъекта-конкурента либо сходного с ними до степени смешения, путем его размещения на товарах, этикетках, упаковках или использования иным образом в отношении товаров, которые продаются либо иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, а также путем его использования в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая размещение в доменном имени и при других способах адресации;

2) 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.

Оценив в совокупности все имеющиеся в деле доказательства и обстоятельства, установленные в ходе рассмотрения дела, Комиссия ФАС России приходит к выводу, что является установленной недобросовестность Ответчика, связанная с введением в гражданский оборот на территории Российской Федерации водки «Тейка», имитирующей продукцию Заявителей: водку «Талка».

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 Ответчика:

1. Направленность на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности выразилась в производстве и реализации водки «Тейка», имитирующей введенную в оборот ранее и ставшую известной водку «Талка». При этом установлено, что водка «Талка» реализуется на товарном рынке Российской Федерации с 2011 года, в то время как водка «Тейка» с 2018 года. Указанное обстоятельство способно привести к смешению с товаром Заявителя, результатом чего может являться ошибочный выбор потребителем водки «Тейка» как новой линейки уже известной ему продукции Заявителя.

Тем самым производитель спорной продукции получает преимущество, связанное с отсутствием необходимости нести затраты на продвижение своей продукции, используя сложившуюся на российском рынке репутацию Заявителя и высокую степень узнаваемости имитируемого дизайна товаров.

2. Противоречие законодательству выражается в нарушении статьи 10.bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883, запрещающей 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.

3. Указанные действия Ответчика способны причинить убытки Заявителю, поскольку создание смешения на рынке влечет отток потребительского спроса от товаров Заявителя к товарам конкурента, оформление которого имитирует элементы оформления товаров Заявителя, и, как следствие, уменьшение прибыли, на которую мог бы рассчитывать Заявитель при обычных условиях гражданского оборота. Кроме того, Заявитель не получает ожидаемой отдачи от понесенных им затрат на развитие и продвижение своего бренда, поскольку за счет вложенных средств осуществляется также и продвижение товара конкурента. Материалами дела не установлено осуществление Ответчиком достаточного объема действий для продвижения водки «Тейка» на товарном рынке водки Российской Федерации.

Ответчиком не было представлено сведений о прекращении введения в гражданский оборот на территории Российской Федерации водки «Тейка», имитирующей продукцию Заявителей: водку «Талка».

В связи с изложенным Комиссия ФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи предписания о прекращении действий, нарушающих антимонопольное законодательство.

Принимая во внимание упомянутые 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

РЕШИЛА:

1. Основания для прекращения рассмотрения дела № 08/01/14.6-37/2021 о нарушении антимонопольного законодательства отсутствуют.

2. Признать действия ООО «Калужский ликеро-водочный завод Кристалл» (249038, Калужская обл., г. Обнинск, пр-д Коммунальный, д. 23, стр. 1А, здание АБК, 3-й эт., каб. 5, ОГРН 1164027063540, ИНН 4025447648), выразившиеся во введении в гражданский оборот на территории Российской Федерации водки «Тейка», имитирующей продукцию АО «Ликеро-водочный завод «Топаз», АО «Сибирский ликерно-водочный завод» и ООО «Парламент Продакшн»: водку «Талка», нарушающими пункт 2 статьи 14.6 Закона «О защите конкуренции».

3. Выдать ООО «Калужский ликеро-водочный завод Кристалл» (249038, Калужская обл., г. Обнинск, пр-д Коммунальный, д. 23, стр. 1А, здание АБК, 3-й эт., каб. 5, ОГРН 1164027063540, ИНН 4025447648) предписание о прекращении действий, нарушающих антимонопольное законодательство.

4. Основания для принятия других мер по пресечению и (или) устранению последствий нарушения антимонопольного законодательства отсутствуют.

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