

О П Р Е Д Е Л Е Н И Е

о назначении дела № 1-14-155/00-08-17 о нарушении антимонопольного законодательства к рассмотрению

«19» октября 2017 г.

г. Москва

Председатель Комиссии ФАС России по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства Карташов Н.Н.

У С Т А Н О В И Л:

В Федеральную антимонопольную службу поступило заявление ЗАО «Круг» (далее – Заявитель) (рег. № 90138/17 от 14.06.2017) о нарушении антимонопольного законодательства со стороны ООО «Фили-Бейкер» (далее – Общество), выразившемся во введении в гражданский оборот на территории Российской Федерации пирогов «Шарлотка» с использованием в оформлении дизайнерских решений, применяемых ЗАО «Круг» при производстве продукции «Тирольские пироги».

Анализ представленных документов показал следующее.

ЗАО «Круг» осуществляет деятельность на товарном рынке хлебопекарной и кондитерской продукции на территории Российской Федерации. В частности, Заявитель с 2004 года по настоящее время осуществляет поэтапное введение в гражданский оборот на территории Российской Федерации десертных пирогов под торговой маркой «Тирольские пироги».

ООО «Фили-Бейкер» с 2007 года осуществляет деятельность по производству и введению в гражданский оборот на территории Российской Федерации пирогов «Шарлотка».

Таким образом, Заявитель и Общество осуществляют деятельность на одном товарном рынке, то есть являются хозяйствующими субъектами-конкурентами.

При этом марки «Тирольские Пироги» и «Шарлотка» входят в тройку лидеров категории по осведомленности и потреблению.

Заявитель вводит в гражданский оборот на территории Российской Федерации десертные пироги под обозначением «Тирольские пироги» следующих видов:

- «Ягодная поляна»,
- «Малиновый»,
- «Клубничный»,

- «Вишневый»,
- «Йогурт-тропик»,
- «Черри-бренди»,
- «Творожный»,
- «Тирамису»,
- «Йогурт с мандаринами»,
- «Груша в коньяке»,
- «Профитроли»,
- «Сметанный с ананасами»,
- «Чизкейк»,
- «Персик-клубника»,
- «Малина-шоколад»,

а также является правообладателем товарных знаков № 320162 с датой приоритета от 01.11.2005, № 440026 с датой приоритета от 03.02.2010, № 502654 с датой приоритета от 13.02.2012 и промышленный образец № 84071 с датой приоритета от 13.02.2012.

Общество вводит в гражданский оборот на территории Российской Федерации пироги «Шарлотка» следующих видов:

- «Шарлотка лесная ягода»,
- «Шарлотка малиновая»,
- «Шарлотка клубничная»,
- «Шарлотка вишневая»,
- «Шарлотка тропическая»,
- «Шарлотка шоколадная с черешней»,
- «Шарлотка творожная»,
- «Шарлотка панчо»,
- «Шарлотка с черной смородиной».

Анализ внешнего вида продукции Заявителей и Общества показал, что сами пироги выглядят идентично, а именно: коричневая бумажная подложка, в которой находится пирог, сам продукт содержит сверху ягоды, фрукты (в зависимости от вида пирога), покрытые желе.

Упаковка рассматриваемых пирогов также имеет ряд схожих черт, а именно:

- композиционное построение элементов дизайна;
- схожее цветовое решение некоторых элементов упаковки (поддон, верхняя этикетка и т.д.);
- геометрическая форма этикетки со специфическим уголком в ее правой нижней части;
- оригинальная этикетка, опоясывающая упаковку пирога.

При этом в соответствии с информацией, представленной Заявителями, ими неоднократно предпринимались попытки изменения дизайна упаковок, в том числе с целью исключения сходства между их пирогами и пирогами Общества, однако спустя некоторое время Общество также изменяло свою упаковку, в подтверждение этого обстоятельства Заявителем представлена презентация «История изменения упаковки «Тирольских пирогов» и «Шарлотки».

Для сравнения внешнего вида упаковок пирогов Заявителем в ФАС России было представлено исследование ООО «Маркетинговое агентство «Сканмаркет», которое показало, что каждый из упомянутых вариантов производимой указанными организациями продукции обладают сходными существенными признаками. Названные признаки индивидуализируют форму, специфику изображенного товара, формируют характерный зрительный образ, при этом имеющиеся отличительные особенности упаковок зрительно не участвуют в формировании общего зрительного впечатления.

Так, данным маркетинговым исследованием установлено следующее:

- 69 % респондентов считают упаковки пирогов под торговой маркой «Тирольские пироги» и десертных пирогов под торговой маркой «Шарлотка» схожими по внешнему виду. Среди наиболее схожих элементов упаковок респондентами были названы (по степени похожести «Одинаковы» и «Похожи» совокупно) следующие элементы:

* 99 % - коробка, т.е внешняя упаковка,

* 86 % - внешний вид продукта,

* 84 % - боковой ободок,

* 71 % - названия продуктов,

* 57 % - этикетка.

63 % респондентов полагают, что десертные пироги под торговой маркой «Тирольские пироги» и под торговой маркой «Шарлотка», являются видами продукции одного производителя.

Таким образом, в одинаковой степени путаются в марках и лояльные покупатели, и не лояльные покупатели этих марок.

- Абсолютное большинство опрошенных (82 %) считает, что сходство упаковок

может ввести покупателя в заблуждение относительно производителя рассматриваемых десертных пирогов.

- 38 % опрошенных указали, что при недостаточном качестве десертных пирогов под торговой маркой «Шарлотка», они перенесут негативное восприятие на десертные пироги под торговой маркой «Тирольские пироги», что может сократить объем продаж «Тирольских пирогов» и нанести ущерб деловой репутации ЗАО «Круг».

При этом большинство потребителей считает, что указанные упаковки намеренно сделаны схожими (64% опрошенных), при этом, мнение большинства потребителей (60% опрошенных) указывает, что упаковка «Шарлотка» копирует упаковку «Тирольские пироги».

- 69% респондентов указали, что демонстрируемые упаковки пирогов «Похожи. Можно перепутать», при этом 21% из указанного числа считают эти упаковки одинаковыми и указывают на высокую вероятность смешения.

В материалах заявления также имеется письмо гражданина – потребителя продукции Заявителя о том, что им был приобретен пирог «Шарлотка» «Лесная ягода», и качество товара не соответствовало ранее приобретаемой продукции ЗАО «Круг».

При этом, как следует из маркетингового исследования, продукция «Тирольские Пироги» более узнаваема, чем продукция «Шарлотка», и стаж их покупки потребителями более продолжительный.

В подтверждение указанного обстоятельства Заявителем представлены данные о своих расходах, связанных с продвижением и рекламированием товара «Тирольские пироги» с 2005 по 2016 года. Так, за указанный период общая сумма расходов по указанной статье составила почти 600 000 000 руб.

Таким образом, в действиях ООО «Фили-Бейкер», выразившихся во введении в гражданский оборот на территории Российской Федерации десертных пирогов «Шарлотка», внешний вид которых сходен до степени смешения с продукцией Заявителя «Тирольские пироги», содержатся признаки нарушения пункта 2 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции.

На основании изложенного издан приказ ФАС России от 09.10.2017 № 1332/16 о возбуждении дела № 1-14-155/00-08-17 и создании Комиссии по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства по признакам нарушения ООО «Фили-Бейкер» (121087, Москва, Береговой проезд, д. 4/6, стр. 4; ОГРН/ИНН 1027739478227/7710209063) пункта 2 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»,

руководствуясь частью 13 статьи 44 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»,

О П Р Е Д Е Л И Л:

1. Назначить дело № 1-14-155/00-08-17 о нарушении антимонопольного законодательства к рассмотрению на 22.11.2017 в 14.00 по адресу: г. Москва, ул. Садовая-Кудринская, д. 11, каб. 127-129.

2. Привлечь к участию в рассмотрении дела № 1-14-155/00-08-17 о нарушении антимонопольного законодательства в качестве:

ответчика:

- ООО «Фили-Бейкер» (121087, Москва, Береговой проезд, д. 4/6, стр. 4),

заявителя:

- ЗАО «Круг» (109651, Москва, ул. Подольская, д. 18)

Председатель

Н.Н. Карташов

Примечания:

1. Согласно статье 43 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) лица, участвующие в деле о нарушении антимонопольного законодательства с момента возбуждения дела имеют право знакомиться с материалами дела, делать выписки из них, представлять доказательства и знакомиться с доказательствами, задавать вопросы другим лицам, участвующим в деле, заявлять ходатайства, давать пояснения в письменной или устной форме комиссии, приводить свои доводы по всем возникающим в ходе рассмотрения дела вопросам, знакомиться с ходатайствами других лиц, участвующих в деле, возражать против ходатайств, доводов других лиц, участвующих в деле.

С материалами дела можно ознакомиться в Федеральной антимонопольной службе, контактный телефон (499) 755 23 23, доб. 088-212.

2. Копии документов, представленные для приобщения к материалам дела и не заверенные нотариально, должны быть заверены подписью руководителя и печатью юридического лица.

3. Для обеспечения пропусков в здание Федеральной антимонопольной службы фамилии представителей необходимо сообщить за 1 день до рассмотрения дела.

4. В соответствии с частью 2 статьи 42 Закона «О защите конкуренции» лица, участвующие в деле о нарушении антимонопольного законодательства вправе осуществлять свои права и обязанности самостоятельно или через представителей, полномочия которых подтверждаются документами, оформленными в соответствии с законодательством Российской Федерации.