

РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ №К01-52/15

Резолютивная часть решения оглашена 02 декабря 2015 года

Полный текст решения изготовлен 15 декабря 2015 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу по рассмотрению дела №К01-52/15 о нарушении антимонопольного законодательства,

рассмотрев в присутствии представителей ООО «Валио» - Михайловой К.В. (доверенность № 72 от 12.04.2015 г.), Ляпунова И.В. (доверенность № 186 от 16.10.2015 г.), ООО «Традиция» - Родиной Н.Э. (доверенность б/н от 10.06.2015 г.), Пастернака В.С. (доверенность б/н от 21.09.2015 г.), ООО «4Ф» - Воронцова А.С. (доверенность № 06 от 08.06.2015 г.), ООО «ПК Волотовский» - Соколова Д.Н. (доверенность № 311 от 28.08.2015 г.) дело № К01-52/15 по признакам нарушения ООО «Традиция» (196084, г. Санкт-Петербург, Московский пр., 150, литер А, пом. 14Н, ИНН 7810467533, ОГРН 1137847258383) части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о конкуренции),

УСТАНОВИЛА:

1. В Санкт-Петербургское УФАС России (далее – Управление) поступило заявление ООО «Валио» (далее – Заявитель) с жалобой на действия ООО «Производственный комбинат Волотовский» (далее – ООО «ПК Волотовский»), нарушающие антимонопольное законодательство, выразившиеся в реализации в магазинах в г. Санкт-Петербурге продукта – масла сладко-сливочного 82 % 180 г., выпускаемого под обозначением «Баба Валя», элементы дизайна упаковки которого, по мнению Заявителя, сходны до степени смешения с дизайном упаковки сливочного масла «Валио», 82 %, фольга, содержащей комбинированное изображение со словесным элементом «Valio», словесное обозначение «масло Валио», изображение сидящей девушки с кувшином в руках на белом фоне (далее – упаковка масла «Валио») (производитель компания Valio Oy, Финляндия; импортер и лицо, осуществляющее контроль и уполномоченное на принятие претензий на территории РФ – ООО «Валио»).

Заявителем в составе заявления вх. № 23920 от 16.10.2015 г. представлен лицензионный договор № 1 от 01.01.2011 г., зарегистрированный Роспатентом, о предоставлении права пользования ООО «Валио» товарными знаками, правообладателем которых является компания Valio Oy, Финляндия (адрес регистрации: Мейеритие 6, FIN-00370, Хельсинки, Финляндия).

Компания Valio Oy, Финляндия является правообладателем товарных знаков под

регистрационными номерами 383792 («Масло Валио»), 991381 (комбинированное изображение со словесным элементом «Valio» на черном фоне), 445374 (комбинированное изображение со словесным элементом «Valio» на синем фоне), 975439 (изображение сидящей девушки с кувшином в руках), используемых в дизайне упаковки масла «Валио».

Заявителем в сопроводительном письме вх. № 8446 от 20.04.2015 г. представлен сравнительный анализ упаковок сливочного масла «Валио» и «Баба Валя», выполненный патентным поверенным РФ Резниченко Анной Сергеевной (свидетельство патентного поверенного № 1248, область деятельности - «товарные знаки») от 13.04.2015 г., согласно которому упаковки «Валио» и «Баба Валя» являются сходными до степени смешения, поскольку являются в высокой степени сходными с точки зрения их общего вида и общего впечатления, возникающего при их восприятии. Упаковки характеризуются идентичной композицией, а также одинаковым расположением и сходным цветографическим оформлением входящих в их состав элементов.

Заявитель указывает, что размещая на упаковках товара, элементы, сходные до степени смешения с дизайном товара Заявителя, ООО «ПК Волотовский» «использовал их для целей индивидуализации своего товара и повышения спроса на него, что является актом недобросовестной конкуренции и нарушением права на товарный знак в соответствии с законодательством РФ».

2. ООО «ПК Волотовский» письмом исх. № 98 от 15.12.2014 г. указало, что не является производителем сливочных масел. ООО «ПК Волотовский» осуществляет только фасовку уже готового продукта под различными торговыми марками для покупателей, а также реализацию готовой продукции. Данную деятельность общество осуществляет с 2009 года. Оптовые поставки сливочного масла осуществляются только в Санкт-Петербург. В отношении сливочного масла под торговой маркой «Баба Валя» Общество с начала сентября 2014 г. осуществляет фасовку для ООО «Север» (ИНН 3810293510) и ООО «4Ф» (ИНН 7805553280) под брендом, представленным ООО «4Ф».

По сведениям Общества разработка упаковки сливочного масла, содержащей словесное обозначение «Баба Валя» и изображение бабушки в очках с тарелкой масла в руках (далее – упаковка масла «Баба Валя») была произведена ООО «4Ф». ООО «ПК Волотовский» указало, что ООО «4Ф» представило Обществу оригинал-макет цветового решения и композиционного расположения изобразительных и словесных элементов на электронном носителе, на основании которого была изготовлена кашированная фольга для упаковки сливочного масла под торговой маркой «Баба Валя».

ООО «ПК Волотовский» так же указало, что не является владельцем обозначения «Баба Валя», полагает, что владельцем является ООО «4Ф», так как в п. 6.1. договора поставки № 161-06/13 от 21.08.2014 г., заключенного между ООО «Север» и ООО «4Ф» указано, что «поставщик фасует масло под заказ покупателя и под брендом покупателя».

Согласно письму ООО «4Ф» от 31.03.2015 г. № 6704, Общество не является владельцем обозначения «Баба Валя» и не осуществляло разработку дизайна упаковки сливочного масла «Баба Валя». Оригинал макет, утвердивший цветовое решение и композиционное расположение изобразительных и словесных

элементов упаковки сливочного масла разрабатывала и предоставляла для изготовления компания ООО «Традиция» (ИНН 7810467533). ООО «4Ф» начало осуществлять реализацию сливочного масла «Баба Валя» с 01 октября 2014 г. Фасовку сливочного масла осуществляет ООО «ПК Волотовский». ООО «4Ф» не осуществляло рекламу сливочного масла «Баба Валя» и занимается исключительно оптовой продажей. Разработкой дизайна и обозначения, как указало ООО «4Ф» занимается ООО «Традиция».

Приказом руководителя Санкт-Петербургского УФАС России № 175 от 06.05.2015 г. возбуждено дело № К01-52/15 по признакам нарушения ООО «Традиция» (далее – Ответчик) ч. 1 ст. 14 Закона о конкуренции.

Определением № 01/18.05.2015 г. дело № К01-52/15 назначено к рассмотрению. К участию в рассмотрении дела № К01-52/15 в качестве лиц, располагающих сведениями о рассматриваемых Комиссией обстоятельствах, привлечены ООО «ПК «Волотовский», ООО «4Ф» и ООО «Север».

3. Рассмотрев материалы дела № К01-52/15 и заслушав доводы лиц, участвующих в деле № К01-52/15, Комиссией установлено следующее.

3.1. Согласно выписке из Единого государственного реестра юридических лиц (далее – ЕГРЮЛ), основной вид деятельности ООО «Валио» - оптовая торговля молочными продуктами (код 51.33.1 по ОКВЭД), дополнительные виды деятельности – оптовая торговля пищевыми маслами и жирами (код 51.33.3 по ОКВЭД), прочая оптовая торговля (код 51.70 по ОКВЭД). Дата регистрации в качестве юридического лица 18.04.2008 г.

Заявитель является единственным дистрибьютором продукции «Valio» на территории РФ.

3.2. Ответчик, согласно выписке из ЕГРЮЛ, зарегистрирован 08.07.2013 г., основной вид деятельности – оптовая торговля пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями (код 51.3 по ОКВЭД, включающий в себя, в том числе, код ОКВЭД 51.33.1), дополнительные виды деятельности, в том числе, прочая оптовая торговля (код 51.70 по ОКВЭД). В соответствии с уставом общества, ООО «Традиция» осуществляет розничную и оптовую торговлю продовольственными и непродовольственными товарами.

Согласно письму от 29.06.2015 г. исх. № 28, Ответчик указывает, что деятельность по оптовой продаже осуществляется в г. Санкт-Петербург.

Таким образом, Заявитель и Ответчик являются конкурентами на рынке оптовой торговли пищевыми продуктами, в частности, пищевыми маслами и жирами.

3.3. Согласно письму ООО «Север» от 02.07.2015 г., Общество ликвидировано 02.06.2015 г., о чем внесена соответствующая надпись в ЕГРЮЛ (представлена выписка из ЕГРЮЛ № 73304А/2015 от 02.06.2015 г.). Общество указывает, что не являлось правообладателем товарного знака «Баба Валя», до момента ликвидации ООО «Север» занималось оптовыми поставками сливочного масла и иной молочной и масложировой продукции. Договор и иные документы, связанные с разработкой спорного графического и словесного обозначения у ООО «Север» отсутствовали. Рекламу общество не осуществляло.

Ответчиком представлена заявка на регистрацию товарного знака «Баба Валя» № 2014729678 от 02.09.2014 г. для 29 класса МКТУ (в том числе «масла пищевые», «масло сливочное»), заявка № 2015725932 на регистрацию товарного знака «Баба Валя» с изображением бабушки с тарелкой в руках для 29 класса МКТУ. Согласно письму от 29.06.2015 г. исх. № 28, Ответчик указывает, что покупателями сливочного масла являются ООО «4Ф» и ЗАО «ТД «Перекресток».

Ответчиком в письме от 29.06.2015 г. представлен договор № 09/28 от 25.08.2014 г., заключенный между ООО «Традиция» и ЗАО «Эс Би Эс консалтинг», согласно которому ЗАО «Эс Би Эс консалтинг» принимает на себя обязательства по дизайну торговой марки «Баба Валя» и упаковки масла сливочного 82 % и 72,5 % жирности.

В заседании Комиссии 31.08.2015 г. Ответчиком представлен сравнительный анализ на сходство упаковок сливочного масла «Валио» и «Баба Валя» без указания даты изготовления, выполненный патентным поверенным Шульгиной Галиной Васильевной (свидетельство патентного поверенного № 0819, специализация «промышленные образцы и товарные знаки»), выполненного по договору от 18.06.2015 г., согласно которому упаковки сливочного масла «Валио» и «Баба Валя» не являются сходными до степени смешения ни по внешней форме, ни по смысловому значению, ни по цветовой гамме.

Согласно письму от 21.09.2015 г. № 20444, Ответчиком для сравнительного анализа была представлена упаковка сливочного масла «Баба Валя» с надписью «Мы в России можем все», в связи с тем, что в продаже, на момент передачи заявления на подготовку сравнительного анализа находилась именно такая упаковка масла. Использование слогана «мы в России можем все», вместо «живая традиция» существенным образом не влияет на тождественность сравниваемых упаковок. Макет фольги на введение в оборот сливочного масла «Баба Валя» с дизайном упаковки и надписью «мы в России можем все», в соответствии с вышеуказанным письмом был введен в оборот от 13.03.2015 г.

Согласно пояснениям Ответчика, изложенных в возражениях на заявление о нарушении антимонопольного законодательства, указом Президента РФ от 06.08.2014 г. № 560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности РФ», введен запрет на ввоз в РФ сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия страной происхождения которых среди прочих являются страны Европейского союза. Масло сливочное «Валио», производилось на территории Финляндии, следовательно, с 06.08.2014 г., ввоз данного продукта на территорию РФ, запрещен. В торговом обороте данный товар отсутствует.

Таким образом, по мнению Ответчика, само по себе отсутствие на товарном рынке продукции «Валио» масло сливочное, исключает состав правонарушения как недобросовестная конкуренция, так как не может являться причиной нанесения вред репутации или причинить какие-либо убытки.

ООО «Валио» в письменных объяснениях, представленных в заседании Комиссии 30.11.2015 г., указывает, что Заявитель по настоящему делу не финская компания, а российское юридическое лицо, имеющее право производства, реализации и иного введения в гражданский оборот РФ соответствующей продукции.

Заявителем в материалы дела № К01-52/15 представлены товарные накладные о поставках масла кисло-сливочного масла «Валио» 82 % в ООО «Лента», ООО «Окей» в октябре 2014 г., на дату подачи заявления № 23920 от 16.10.2014 г. о нарушении антимонопольного законодательства в Санкт-Петербургское УФАС России, письма от ООО «Кеско Фуд Рус» от 15.10.2015 г. и ООО «Призма» от 16.10.2015 г., согласно которым продукт масло кисло-сливочное «Валио» 82 %, фольга, с дизайном упаковки на белом фоне с девушкой с кувшином в руках непрерывно находился в продаже в магазинах указанных торговых сетей в период с декабря 2012 г. и по октябрь 2014 г. Также Заявителем представлен акт № 198 от 26.12.2011 г. по дополнительному соглашению № 13 от 01.07.2011 г. к договору № 1/1 от 19.03.2010 г., составленный между ООО «Валио» и ООО «Внешний Вид-Производство», согласно которому исполнитель (ООО «Внешний Вид-Производство») оказал, а заказчик (ООО «Валио») принял услуги по разработке и чистовому дизайну вариантов концепт - дизайна упаковки масла Valio (результат услуг в виде готовых концепт - дизайнов является приложением к настоящему акту), верстки текстов и других технических элементов на вышеуказанные концепт - дизайны, адаптации на дополнительные форматы.

В заседании Комиссии 02.12.2015 г. Ответчик указал на некорректность представления вышеуказанного договора и его противоречивость особенностей договора и соответствующего к нему акта как доказательства разработки упаковки продукции, в связи с тем, что сливочное масло «Валио» в упаковке на белом фоне с изображением сидящей девушки с кувшином в руках, реализовывалось на товарном рынке до даты заключения указанного договора и наличие товара на полках в аналогичном дизайне подтверждается рекламными каталогами и договорами. Таким образом, Ответчик подтверждает факт распространения сливочного масла «Валио» с рассматриваемым в настоящем деле дизайном упаковки с 2009 г.

Согласно пояснениям Заявителя в заседании Комиссии 02.12.2015 г., ООО «Валио» реализовывало сливочное масло «Валио» в указанной упаковке ранее, до даты заключения договора с ООО «Внешний Вид-Производство». Согласно данному договору был разработан чистовой дизайн, верстка и иные разработки по уже существующему дизайну упаковки.

Кроме того, Заявителем в материалы дела № К01-52/15 представлены рекламные буклеты сети универсамов «Полушка», «Звездный», «7я семья», «Фреш», «Prisma», «Бигси», «Billa», «Столичный», «Дикси», «Тележка», «Перекресток», «Лайм», «Риомаг», «Авоська», «Пятачок», «Норма», согласно которым сливочное масло «Валио» 82 % с дизайном упаковки на белом фоне с сидящей девушкой с кувшином в руках, реализовывалось в указанных универсамах в 2011, 2012, 2013 гг., 2014 гг., товарные накладные с 2009 г. на реализацию сливочного масла «Валио» 82 %.

Также Заявителем представлены договоры на оказание услуг по продвижению товаров, об оказании брендинговых услуг, услуг по производству, распространению и обслуживанию рекламы и справка о затратах на рекламу продукта масла «Валио» за период с 2008-2013 гг., которые, согласно сведениям финансового отдела, составили 123 413 055 рублей.

Таким образом, сливочное масло «Валио» 82 % с дизайном упаковки на белом фоне с изображением сидящей девушки с кувшином в руках продавалось на территории РФ ранее 2014 г. и на дату подачи заявления в Санкт-Петербургское

УФАС России реализовывалось на товарном рынке(октябрь 2014 г.).

Начало реализации сливочного масла «Баба Валя», согласно пояснениям ООО «4Ф» - 01 октября 2014 г. Данные факт Ответчиком не оспаривался.

Таким образом, в октябре 2014 г. на товарном рынке присутствовали одновременно сливочное масло «Валио» и «Баба Валя», при этом сливочное масло «Валио» 82 % с дизайном упаковки на белом фоне с изображением сидящей девушки с кувшином в руках введено в оборот ранее продукции Ответчика.

3.4. Согласно положениям статьи 10 bis Конвенции по охране промышленной собственности (заключена в Париже 20.03.1883 г.) 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 со ст. 10 ГК РФ, не допускаются осуществление гражданских прав исключительно с намерением причинить вред другому лицу, действия в обход закона с противоправной целью, а также иное заведомо недобросовестное осуществление гражданских прав (злоупотребление правом), в том числе не допускается использование гражданских прав в целях ограничения конкуренции. В случаях, когда закон ставит защиту гражданских прав в зависимость от того, осуществлялись ли эти права разумно и добросовестно, разумность действий и добросовестность участников гражданских правоотношений предполагается.

В соответствии с п. 7 ст. 4 Закона о конкуренции, конкуренция – соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

Согласно п. 9 ст. 4 Закона о 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.

Учитывая изложенное, конкурентами по смыслу [п. 9 ст. 4](#) Закона о конкуренции являются хозяйствующие субъекты, осуществляющие деятельность по введению в гражданский оборот на территории РФ взаимозаменяемых товаров (услуг), т.е. сравнимых по их функциональному назначению, применению, качественным и техническим характеристикам, цене и другим параметрам таким образом, что приобретатель действительно заменяет или готов заменить один товар другим при потреблении.

В соответствии с п. 32 «Правил составления, подачи документов, являющихся основанием для свершения юридически значимых действий по государственной

регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков», утвержденных приказом Министерства экономического развития РФ от 20.07.2015 г. № 482 (далее – Правила) к комбинированным обозначениям относятся комбинации элементов разного вида обозначений: изобразительных, словесных, объемных и других обозначений.

Упаковки масла «Валио» и масла «Баба Валя» являются комбинированными обозначениями. Оценка сходства комбинированных обозначений, используемых в гражданском обороте на территории РФ, осуществляется с учетом подходов, изложенных в п. 44, 45 Правил, применяемых при экспертизе обозначений, заявленных на государственную регистрацию в качестве товарных знаков.

В соответствии с п. 41 Правил обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Сходство обозначений для отдельных видов обозначений определяется с учетом требований [пунктов 42 - 44](#) Правил, согласно которым словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы. Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, а именно:

1) звуковое сходство определяется на основании следующих признаков: наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения; расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение; число слогов в обозначениях; место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений; близость состава гласных; близость состава согласных; характер совпадающих частей обозначений; вхождение одного обозначения в другое; ударение;

2) графическое сходство определяется на основании следующих признаков: общее зрительное впечатление; вид шрифта; графическое написание с учетом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные); расположение букв по отношению друг к другу; алфавит, буквами которого написано слово; цвет или цветовое сочетание;

3) смысловое сходство определяется на основании следующих признаков: подобие заложенных в обозначениях понятий, идей (в частности, совпадение значения обозначений в разных языках); совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение; противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Признаки, указанные в настоящем пункте, учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с п. 43 Правил изобразительные и объемные обозначения сравниваются с изобразительными, объемными и комбинированными обозначениями, в композиции которых входят изобразительные или объемные элементы.

Сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков: внешняя форма; наличие или отсутствие симметрии; смысловое значение; вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное); сочетание цветов и тонов. Признаки учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

В соответствии с п. 44 Правил комбинированные обозначения сравниваются с комбинированными обозначениями и с теми видами обозначений, которые входят в состав проверяемого комбинированного обозначения как элементы.

При определении сходства комбинированных обозначений используются признаки, указанные в [пунктах 42 и 43](#) Правил, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении.

В соответствии с п. 45 Правил при установлении однородности товаров определяется принципиальная возможность возникновения у потребителя представления о принадлежности этих товаров одному изготовителю.

При этом принимаются во внимание род, вид товаров, их потребительские свойства, функциональное назначение, вид материала, из которого они изготовлены, взаимодополняемость либо взаимозаменяемость товаров, условия и каналы их реализации (общее место продажи, продажа через розничную либо оптовую сеть), круг потребителей и другие признаки.

Вывод об однородности товаров делается по результатам анализа перечисленных признаков в их совокупности в том случае, если товары или услуги по причине их природы или назначения могут быть отнесены потребителями к одному и тому же источнику происхождения (изготовителю).

Упаковки масла «Валио» и «Баба Валя» имеют практически идентичную внешнюю форму, сходны по размеру. С точки зрения цветовой гаммы упаковки являются практически идентичными, поскольку обе упаковки выполнены серебристым цветом. Упаковки имеют идентичную композицию. В частности обе упаковки можно условно разделить на четыре композиционные части, содержащие сходные словесные и изобразительные элементы: верхняя левая часть, включающая логотипы «Valio» и «живая Традиция» (в новой упаковке масла «Баба Валя» «мы в России можем все») соответственно; нижняя левая часть, включающая соответственно словесные обозначения «Масло Валио» и «Масло Валя» соответственно; правая центральная часть, включающая изображения девушки и бабушки соответственно; правая нижняя часть, включающая данные о товарах. Все четыре перечисленные композиционные части упаковки характеризуются сходством оформления включенных в них словесных и изобразительных элементов.

Сходство элементов «Valio» и «живая Традиция» (в новой упаковке «мы в России сожжем все») обусловлено сходством общей формы изобразительных элементов, представляющих собой стилизованные изображения листков растений, а также использованием сходной цветовой гаммы, в частности, расположением словесных элементов, выполненных белым шрифтом («Valio» и «Традиция»), на синем фоне и одинаковым расположением данных логотипов в общей композиции упаковок (в верхней левой части).

Высокая степень сходства словесных обозначений «Масло Валио» и «Масло Валя» обусловлена фонетическим и графическим сходством составляющих элементов, а также использованием в их оформлении практически идентичных шрифтов и одинаковой цветовой гаммы.

Таким образом, указанные обозначения являются сходными до степени смешения, поскольку характеризуются высокой степенью композиционного и цвето-графического сходства за счет одинакового расположения в композиции упаковок (в левой нижней части), одинаково расположения входящих в их состав словесных обозначений по отношению к друг другу, а также их оформления сходными шрифтами в одинаковой цветовой гамме. Кроме того, словесные элементы являются сходными до степени смешения по фонетическому и графическому критериям в силу того, что включают тождественные по фонемному и буквенному составу начальные элементы «Вал-», на которые падает словесное ударение и которые в первую очередь привлекают внимание потребителей. Тот факт, что словесное обозначение «Масло Валя» также включает слово «Баба», расположенное слева от слова «Валя», не влияет существенным образом на восприятие данного элемента упаковки, а также всей упаковки в целом.

Изображение бабушки и девушки размещены в правой центральной части упаковки, сходны цветовой гаммой. Синий цвет платья бабушки повторяет синий цвет платья девушки, воротник платья бабушки повторяет белый цвет рукавов и воротника на платье девушки, обе женщины держат в руках дополнительные предметы, желтый цвет волос девушки совпадает с желтым цветом масла на упаковке «Баба Валя». Таким образом, общий замысел, а также цветковое оформление рассматриваемых изобразительных элементов являются сходными.

Сходство элементов, сообщающих информацию о товарах «сливочное жирность 82 % е 200 г» на упаковке «Валио» и «сладко-сливочное 82 % е 180 г» на упаковке «Баба Валя», обусловлено использованием сходного шрифта, идентичным составом элементов, одинаковым расположением в композиции упаковки (в правой нижней части) и по отношению друг к другу.

Незначительные расхождения (натуралистические изображения бабушки и девушки и фонетическое несходство словесных элементов «Валио» и «Баба Валя») являются несущественными и не могут исключить риск смешения товаров в рассматриваемых упаковках потребителями, также способны создать у потребителей ощущение, что продукт изготовлен одним и тем же производителем, что потребитель имеет дело с «линейкой» продукции.

Сравнительный анализ упаковок сливочных масел «Валио» и «Баба Валя», представленный Ответчиком в материалы дела № К01-52/15, не содержит анализ общей композиции и цветовой гаммы упаковок масел, таким образом, выводы по результатам его проведения не могут быть оценены Комиссией в полном объеме.

Таким образом, упаковки масла «Баба Валя» и масла «Валио» являются сходными до степени смешения, поскольку являются в высокой степени сходными с точки зрения их общего вида и общего впечатления, возникающего при восприятии, в том числе учитывая идентичность композиций, одинаково расположение и сходность цвето-графического оформления входящих в состав элементов.

Учитывая первое ассоциативное впечатление, сходство внешних форм,

соотношение тонов, и то, что расхождение деталей незначительное, совокупность элементов упаковки создает у потребителей однородных товаров впечатление, что предполагаемый изготовитель продукции масла «Баба Валя» - Заявитель.

В материалы дела № К01-52/15 представлена справка Федеральной службы по интеллектуальной собственности (от 23.10.2015 г. исх. № 08/17-14817), в соответствии с которой по результатам сравнения представленных на исследование упаковок масла «Валио» и «Баба Валя» установлено, что они являются сходными до степени смешения, поскольку производят общее зрительное впечатление, которое обусловлено одинаковым композиционным решением внешнего вида упаковок, одинаковым набором и расположением изобразительных элементов (сидящая девушка и бабушка в очках с тарелкой масла в руке) и словесных элементов («Валио» и «Баба Валя»), а также сходным цветовым решением в сине-желто-зеленой цветовой гамме на светлом фоне.

Материалами дела № К01-52/15 подтверждено, что Заявитель начал реализовывать сливочное масло «Валио» 82 %, с дизайном упаковки, содержащей комбинированное изображение со словесным элементом «Valio», словесное обозначение «масло Валио», изображение сидящей девушки с кувшином в руках на белом фоне раньше, чем Ответчик ввел в оборот упаковку масла «Баба Валя».

Материалами дела № К01-52/15 подтверждено, что Заявителем были затрачены значительные средства на продвижение масла сливочного «Валио» и повышения его узнаваемости. На протяжении пяти лет продукт с дизайном упаковки на белом фоне с изображением сидящей девушки с кувшином в руках широко рекламировался в торговых сетях, средствах массовой информации. Для привлечения внимания потребителей к продукту ООО «Валио» масло сливочное с дизайном упаковки на белом фоне с изображением сидящей девушки с кувшином в руках многие торговые сети регулярно проводили «акции специальных цен» (копии каталогов приложены в материалы дела № К01-52/15).

Ответчик, вводя в оборот сливочное масло «Баба Валя» с дизайном упаковки, сходной до степени смешения с дизайном упаковки сливочного масла «Валио», на продвижение и повышение узнаваемости потребители которой в течении пяти лет Заявителем вкладывались значительные денежные средства, получил незаслуженное конкурентное преимущество на рынке, воспользовавшись узнаваемостью упаковки масла Заявителя.

Согласно позиции Конституционного суда РФ, выраженной в определении от 01.04.2008 №450-0-0, определение понятия «недобросовестная конкуренция» приведенное в пункте 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции, подлежит обширному толкованию и связано с многообразием форм и методов недобросовестной конкуренции, не все из которых могут прямо противоречить законодательству или обычаям делового оборота.

Действия Ответчика по введению в оборот сливочного масла «Баба Валя» с дизайном упаковки, сходной до степени смешения с дизайном упаковки сливочного масла «Валио» направлены на получение необоснованных преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, за счет сокращения расходов на продвижение продукции Ответчика и использования положительной репутации, приобретенной Заявителем, противоречат обычаям делового оборота, принципам добросовестности, а также могут причинить

убытки хозяйствующему субъекту – конкуренту в форме упущенной выгоды и нанести ущерб его деловой репутации.

Таким образом, в соответствии с изложенным, использование Ответчиком упаковки сходной до степени смешения с упаковкой хозяйствующего субъекта-конкурента при реализации однородных продуктов нарушает ч. 1 ст. 14 Закона о конкуренции.

Факт введения указом Президента РФ от 06.08.2014 г. № 560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности РФ» запрета на ввоз в РФ сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия страной происхождения которых среди прочих являются страны Европейского союза не может являться обстоятельством исключающим конкурентные отношения между Ответчиком и Заявителем, поскольку указанный нормативный акт имеет ограниченный срок действия.

В заседаниях Комиссии Ответчиком представлены фотоматериалы, акционный рекламный буклет сети универсамов «Пятачок» с ценами с 16.11.2015 г. по 29.11.2015 г. и макет дизайна новой упаковки сливочного масла «Баба Валя» на зелено-белом фоне, с включением в нижней части упаковки изображений мальчика с воздушными шарами, девочки, лошади и забора, на сине-белом фоне с включением в нижней части упаковки дерева, дома, дороги и мальчика и девочки на велосипеде.

Таким образом, согласно представленным в материалы дела № К01-52/15 документам и информации, Ответчик изменил дизайн упаковки сливочного масла «Баба Валя».

Принимая во внимание установленные обстоятельства и руководствуясь ст. 10 bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности, частями 1 статьи 14, статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1 – 3 статьи 41, статьей 49 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Комиссия Санкт-Петербургского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать в действиях ООО «Традиция» нарушение части 1 статьи 14 Закона о конкуренции, выразившееся в использовании дизайна упаковки, сходного до степени смешения с дизайном упаковки хозяйствующего субъекта-конкурента при реализации однородной продукции.

2. Предписание ООО «Традиция» не выдавать, в связи с изменением дизайна упаковки сливочного масла «Баба Валя».

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