

РЕШЕНИЕ
по делу № 1-14-73/00-08-16
о нарушении антимонопольного законодательства

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «05» декабря 2016 г.
В полном объеме решение изготовлено «26» декабря 2016 г.

Комиссия Федеральной антимонопольной службы по рассмотрению дела № 1-14-73/00-08-16 о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

<...>

рассмотрев дело № 1-14-73/00-08-16 о нарушении ООО Торговый дом «СанБонсаи» (Россия, 620026, Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. Новинская, дом 2, оф. 31; ОГРН/ИНН 1106674021332/6674367983) пункта 2 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - Закон о защите конкуренции) в присутствии представителей ООО «Мистраль Трейдинг»: Александрова Е.Б. (доверенность № 6/09/2016 от 30.09.2016), Стапановой Н.И. (доверенность № 6/09/2016 от 30.09.2016); и представителей ООО ТД «СанБонсаи»: Голубевой Л.П. (доверенность № 4 от 21.10.2016), Ворончихина П.Г. (протокол общего собрания участников ООО ТД «СанБонсаи» от 10.01.2012),

УСТАНОВИЛА:

В Федеральную антимонопольную службу поступило заявление ООО «Мистраль Трейдинг» (далее - Заявитель) о недобросовестной конкуренции со стороны ООО ТД «СанБонсаи» (далее также — Общество), связанной с введением в гражданский оборот на территории Российской Федерации соевого соуса «SANBONSAI» в упаковках (таре) 150 мл, которые по своему внешнему виду (дизайну) являются схожими с дизайном бутылок для соевого соуса «KIKKOMAN» (диспенсер), реализуемого Заявителем.

По мнению Заявителя, указанный дизайн бутылок соевого соуса стал известен во всем мире именно по отношению к соевому соусу «KIKKOMAN», в связи с чем использование Обществом такого дизайна тары для своей продукции может привести к введению потребителей продукции в заблуждение относительно производителя соевого соуса.

ООО ТД «СанБонсаи», в свою очередь, указывает, что спорный дизайн бутылок (диспенсер) является традиционным для соевых соусов и не обладает различительной способностью, кроме того, доминирующую часть тулова бутылки соевого соуса «SANBONSAI» занимает этикетка, которая воспроизводит зарегистрированный Обществом товарный знак по



свидетельству № 556999.

ФАС России при принятии решения по результатам рассмотрения Заявления установлено, что квалификация действий хозяйствующего субъекта как акта недобросовестной конкуренции, выразившегося во введении в заблуждение, возможна, только если указанным хозяйствующим субъектом тем или иным образом распространяется ложная информация о причастности его товара к другому производителю - конкуренту. Действия же лица по имитации внешнего вида товара, которые приводят (могут привести) к формированию у потребителей мнения о принадлежности данного товара иному производителю, должны быть рассмотрены на предмет нарушения статьи 14.6 Закона о защите конкуренции (совершение действий, способных вызвать смешение).

Исходя из изложенного, ФАС России по результатам рассмотрения Заявления в действиях Общества были установлены признаки нарушения пункта 2 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции, в связи с чем приказом ФАС России от 19.05.2016 № 632/16 было возбуждено дело № 1-14-73/00-08-16 о нарушении антимонопольного законодательства и создана комиссия по рассмотрению указанного дела.

Комиссией ФАС России по рассмотрению дела № 1-14-73/00-08-16 о нарушении антимонопольного законодательства (далее – Комиссия ФАС России) из представленных Заявителем и Обществом документов установлено следующее.

ООО «Мистраль Трейдинг» является эксклюзивным дистрибьютором компании «Киккоман корпорейшн» (Япония) в лице ее дочерней компании «Киккоман Трейдинг Юроп ГмбХ», осуществляя импорт серии соевых соусов «KIKKOMAN», произведенной Киккоман Фудз Юроп Б.В., которая выпускается в бутылке 150 мл (диспенсер), что подтверждается представленными в материалы дела копиями дистрибьюторских договоров.

Так, в материалы Заявления приложен дистрибьюторский договор от 2008 года между «Киккоман Трейдинг Юроп ГмбХ» и ООО «Мистраль Трейдинг», свидетельствующий о дате начала введения им товара в гражданский оборот на территории Российской Федерации.

ООО ТД «СанБонсаи» (Россия), согласно выписке из ЕГРЮЛ, имеющейся в материалах дела, создано в качестве юридического лица в декабре 2010 года. Соевый соус производится по заказу ООО ТД «СанБонсаи», которое и осуществляет введение в гражданский оборот серии соевых соусов «SANBONSAI» на территории Российской Федерации, что подтверждается договорами поставки и копиями кассовых чеков, находящимися в материалах дела.

Данная серия соевых соусов также выпускается в бутылке 150 мл (диспенсер). В указанную серию входят следующие продукты: соевый соус SANBONSAI японский; соевый соус SANBONSAI легкий; соевый соус

SANBONSAI классический; соевый соус SANBONSAI фирменный.

Таким образом, Заявитель и Ответчик осуществляют деятельность на товарном рынке соевых соусов в географических границах Российской Федерации, то есть являются конкурентами в понимании Закона о защите конкуренции.

Компания «Киккоман корпорейшен» (Япония), согласно свидетельству о регистрации в Торговом реестре Японии, основана в 1924 году и является международной компанией, в том числе в сфере производства и продажи соевых соусов, которые реализуются в бутылках оригинального дизайна, созданного Кэндзи Экуан в 1961 году для соевого соуса «КИККОМАН». Указанный факт подтверждается рядом статей, опубликованных в печатных изданиях и сети «Интернет», а также письмом генерального директора Департамента интеллектуальной собственности Киккоман Корпорейшн (Япония) Нориказу Фуджии о том, что Кэндзи Экуан разработал дизайн бутылки соевого соуса и колпачка по заказу и за счет Киккоман Корпорейшн на основании договора об оказании консультационно-дизайнерских услуг от 01.07.1959. Кроме того, в материалах дела имеется Свидетельство на промышленный образец Японии № 288210, согласно которому спорная бутылка соевого соуса (диспенсер) была зарегистрирована в Японии в качестве промышленного образца по результатам рассмотрения заявки от 06.02.1961, при этом автором чертежей к промышленному образцу является Кэндзи Экуан.

Заявители указывают на широкую известность дизайна бутылки-диспенсера в мире, в том числе в России, применительно к соевому соусу «КИККОМАН», в обоснование указанного довода ООО «Мистраль Трейдинг» представило в материалы дела следующую информацию:

- ряд статей, опубликованных в печатных изданиях и сети «Интернет», в которых упоминается соевый соус «КИККОМАН»;
- данные о рекламировании соевого соуса «КИККОМАН» на российском телевидении (телеканалы НТВ, РЕН ТВ, Пятый канал, ТНТ и др.);
- данные о проведении иных мероприятий, направленных на продвижение соевого соуса «КИККОМАН» (участие в фестивалях, выставках и конкурсах, проведение акций и иное).

Так, в материалах дела содержится множество статей о соевом соусе «КИККОМАН» и дизайне указанной бутылки, опубликованных как на территории Российской Федерации (копии журналов «Гастрономъ» с 2007 по 2011 годы, «Домашний очаг» 2011 года, «National geographic traveler» с 2009 по 2012 годы, «yoga» за 2009 год и иное), так и зарубежом (распечатки статей, размещенных на сайтах www.moma.org, www.nytimes.com, www.european-food-journal.com и други).

В 2003 году бутылка для соуса была выдвинута на первое место как «классика дизайна» в рамках проведения премии в области дизайна «Лаки

Страйк», о чем свидетельствуют распечатки с сайтов www.ravmondloewvfoundation.com и www.article.unipack.ru.

Также в материалах заявления имеются дипломы о награждении «Киккоман корпорейшн» (Япония) и ООО «Мистраль Трейдинг» золотой медалью за соевый соус «КИККОМАН» в рамках Международного конкурса «ПРОДЭКСПО» за 2007 – 2011 года.

В материалах дела имеются отчеты рекламных агентства «MAYER» и «THE CHOICE», составленные по результатам проведения мероприятий в торговых сетях, направленных на привлечение внимания к продукции Компании «Киккоман корпорейшн» (Япония), включающие в себя: дегустацию соевого соуса указанной марки, поощрения в виде подарков за приобретение соуса, информирование потребителей о потребительских свойствах данной продукции и иное.

Заявителем также представлены материалы, подтверждающие продвижение соевого соуса «КИККОМАН» в бутылке 150 мл (диспенсер) через сетевые заведения общественного питания «МАРУКАМЭ» с 2013 года, «ICHIBAN BOSHI» с 2008 года путем предложения посетителям указанных заведений соевого соуса в фирменной таре для использования на столах.

Кроме того, указанная форма бутылки 150 мл (диспенсер) соевого соуса «КИККОМАН» охраняется в качестве объемного товарного знака в ЕС, Австралии, США, Украине, Норвегии, а также Компанией «Киккоман корпорейшн» (Япония) 05.04.2016 была подана заявка на регистрацию соответствующего объемного товарного знака на территории Российской Федерации (свидетельства о регистрации и заявка имеются в материалах дела).

С целью установления даты начала реализации на территории Российской Федерации соевого соуса «КИККОМАН» в бутылке 150 мл (диспенсер) Комиссией ФАС России были направлены запросы в ряд торговых сетей. По результатам анализа представленной информации Комиссией ФАС России было установлено, что соевый соус «КИККОМАН» в бутылке 150 мл (диспенсер) с октября 2004 года поставлялся в торговую сеть «БИЛЛА» ООО «Элекскор», а с августа 2007 года - Заявителем.

Датой начала введения ООО ТД «СанБонсаи» в гражданский оборот на территории Российской Федерации соевого соуса «SANBONSAI», согласно справке ООО «РОМИР Панель» от 20.07.2016, представленной Заявителем, и товарным накладным, представленным Обществом, является начало 2012 года.

Заявитель указывает, что, начиная с 14 сентября 2014 года, ими был выявлен соевый соус «SANBONSAI» в упаковке 150 мл (новый дизайн), сходный по своему внешнему виду с дизайном бутылок соевого соуса «КИККОМАН», о чем свидетельствует копия кассового чека магазина «Монетка» о приобретении соевого соуса «SANBONSAI».

В материалах дела также содержится претензионное письмо представителей Компании «Киккоман корпорейшн» (Япония), направленное в

адрес ООО ТД «СанБонсаи», с просьбой прекратить использование тары, идентичной бутылкам для соевого соуса с оригинальным дизайном «KIKKOMAN», а также ответ ООО ТД «СанБонсаи», содержащий несогласие с претензиями.

В качестве доказательства сходства дизайна упаковок соевых соусов «KIKKOMAN» и «SANBONSAI» Заявителем представлено в материалы дела экспертное заключение Союза дизайнеров России, в котором проводится сравнительное исследование упаковок соевых соусов «KIKKOMAN» и «SANBONSAI» в старом (до 2014 года) и новом (после 2014 года) дизайне. Согласно содержанию указанного исследования к сходным признакам сравниваемых образцов эксперты относят: конусовидность сосуда, конусовидность крышечки, силуэт упаковки, наличие расположенных на крышечке выступов и особенности их геометрии и иное. Согласно выводам указанного заключения рассматриваемые образцы товара Общества содержат очевидные признаки копирования дизайна образцов Заявителей и обладают значительным количеством ярко выраженных признаков тождества.

Вместе с тем, как указывает Общество, дизайн упаковки Изделия 3 не совпадает с дизайном упаковки фактически вводимой в гражданский оборот на территории Российской Федерации до 2014 года, в связи с чем экспертное заключение в этой части является некорректным.

Комиссия ФАС России, проанализировав имеющиеся в материалах дела доказательства, приходит к выводу об отсутствии в них доказательств реализации Обществом на территории Российской Федерации соевого соуса в упаковке, соответствующей изображениям «Изделия 3» в экспертном заключении Союза дизайнеров России, а также аналогичные изображения демонстрировались респондентам при проведении опроса ВЦИОМ «Определение мнения потребителей соевых соусов о сходстве/различии упаковок соевого соуса «KIKKOMAN» и «SANBONSAI», а также возможности введения в заблуждение относительно их производителей». В связи с изложенным, в материалах дела отсутствуют доказательства сходства до степени смешения между упаковками соевых соусов «KIKKOMAN» и «SANBONSAI» в старом (до 2014 года) дизайне.

Заявителем представлен в материалы дела Аналитический отчет «Определение мнения потребителей соевых соусов о сходстве/различии упаковок соевого соуса «KIKKOMAN» и «SANBONSAI», а также возможности введения в заблуждение относительно их производителей», подготовленный Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в ноябре 2014 — марте 2015 гг.

В соответствии с указанным аналитическим отчетом:

- 63,5% потребителей отметили, что им знаком соус «KIKKOMAN», в свою очередь, соевый соус «SANBONSAI» был знаком только 15,9% респондентов;

- 52,4% респондентов полагают, что соевые соусы «KIKKOMAN» и «SANBONSAI» сходны между собой по внешнему виду, еще 29,4% считают их схожими в той или иной степени;

- 39,1% респондентов однозначно указали, что могли бы принять рассматриваемые соусы как линейку товаров одного производителя, еще 23,3% респондентов считают, что «скорее могли бы». При этом 38,5% полагают, что могли бы перепутать данные соусы при покупке (четверть опрошенных респондентов дали однозначный ответ).

- по мнению большинства участников опроса (70,6%), присутствие на рынке данных соусов создает возможность введение потребителей в заблуждение относительно их производителей.

При этом 89,7% респондентов выделили в качестве схожих элементов форму бутылки и 68,5% указали на крышку.

Также в материалах дела имеется опрос ВЦИОМ, проведенный в феврале – марте 2016 года среди сотрудников оптовых компаний, лично влияющих на решение о выборе, закупке или продаже соевых соусов. Согласно результатам опроса:

- у 44% специалистов соус «SANBONSAI» ассоциируется с соусом «KIKKOMAN» (при этом у 100% из указанного числа специалистов данная ассоциация вызвана формой бутылки);

- 52% опрошенных специалистов указали, что форма тестируемой бутылки является отличительным элементом дизайна соуса «KIKKOMAN».

Таким образом, по мнению Заявителей, соевый соус «KIKKOMAN» в оригинальной бутылке 150 мл (диспенсер) обладает высокой степенью узнаваемости, и использование Обществом аналогичной бутылки может ввести потребителей в заблуждение относительно производителя соевого соуса.

Общество, не соглашаясь с данными доводами, указывает, что форма бутылки не может обладать различительной способностью, ссылаясь на решение Роспатента от 29.11.2012 об отказе в регистрации объемного товарного знака по заявке Компании «Киккоман Корпорейшн» (Япония) № 2011705066, а также, что сама по себе коническая форма стеклянной бутылки была известна на территории СССР с 30-х годов (форма колб и прочее).

Однако, Комиссией ФАС России принят во внимание тот факт, что с момента принятия Роспатентом указанного решения прошло значительное время, в течение которого Заявителем был осуществлен ряд мероприятий, направленных на продвижение соевого соуса (в материалы дела представлена таблица, свидетельствующая о рекламировании соевого соуса «KIKKOMAN» на телевидении, предложение указанного соуса на столах в сетях общественного питания и пр.).

Кроме того, одним из доводов Общества является то, что оформление соевого соуса «SANBONSAI» осуществляется в соответствии с товарными

знаками, принадлежащим ООО ТД «СанБонсаи» (свидетельства № 556999 (новый дизайн), 549810, 446908).

Общество также указывает, что такая форма бутылки является традиционной для товарного рынка соевых соусов, в подтверждение указанного довода представляя в материалы дела распечатки страниц с сайта www.alibaba.com и бутылки соевого соуса «Тануки», «О'Кей» и «Jade Bride».

Вместе с тем, соевый соус в бутылке «Тануки» предназначен для употребления исключительно в местах общественного питания (ресторанах «Тануки») и не вводится в гражданский оборот путем продажи, а представленные распечатки страниц с сайта www.alibaba.com не свидетельствуют о том, что спорный дизайн бутылки является традиционным для оформления соевых соусов, вводимых в гражданский оборот на территории Российской Федерации.

Кроме того, представленные Обществом и Заявителем фотографии ассортимента соевого соуса в магазинах торговых сетей, свидетельствуют о том, что указанный дизайн бутылок в целом не является типичным для рынка соевых соусов Российской Федерации.

Предметом рассмотрения Комиссии ФАС России является не само по себе использование тары определенной формы, а использование дизайна бутылки соевого соуса, схожего с дизайном соевого соуса «KIKKOMAN», под которым понимается в совокупности как форма бутылки, цвет и форма колпачка (диспенсер), так и формат этикета, который создается путем нанесения надписей краской на саму бутылку.

Так, Комиссией ФАС России установлено следующее:

- ряд производителей соевых соусов также используют крышечку-диспенсер, например Vicenta, YAMASA, Heinz, при этом используя иную форму бутылки;
- практически все производители соевых соусов, реализующие свой товар на территории Российской Федерации, используют непрозрачный этикет (бумага или синтетическая бумага) за исключением соусов «KIKKOMAN», «SANBONSAI», «YAMASA», «Sempio», «Fine Food», «Pearl River», «СэнСой», однако форма бутылки последних очевидно отличается от формы бутылки соевого соуса Заявителей;
- традиционным для указанного товарного рынка является различие цветов крышечки в зависимости от вида соуса (красная — классический, зеленая — легкий и т. д.);
- некоторые производители соевых соусов, например Heinz используют коническую форму бутылки, однако она имеет свои элементы дизайна, не позволяющие спутать ее с иными бутылками, в том числе «KIKKOMAN».

По результатам анализа представленных ООО ТД «СанБонсаи» в материалы дела документов о проведении ими мероприятий, направленных на продвижение товара под брендом «SANBONSAI», в том числе соевого соуса

«SANBONSAI», Комиссией ФАС России установлено следующее:

- в мае 2013 года соевый соус «SANBONSAI» стал победителем в программе «Контрольная закупка», что подтверждается копией страниц журнала «Контрольная закупка»;

- ООО ТД «СанБонсаи» в марте и сентябре 2012 года были проведены два мастер-класса по приготовлению блюд этнической кухни из продукции «SANBONSAI», о чем свидетельствуют фотоотчеты Рекламного агентства «ФРЕШ»;

- соевые соусы «SANBONSAI» упоминаются в ряде скидочных каталогов торговых сетей.

Также ООО ТД «СанБонсаи» считает, что соевые соусы «SANBONSAI» и «KIKKOMAN» (в бутылке 150 мл (диспенсер)) с учетом различия их стоимости в розничных торговых точках не являются взаимозаменяемыми. В подтверждение указанного довода Обществом в материалы дела представлен Отчет ООО «Деловой Центр-Екатеринбург», составленный по результатам проведенного исследования «Взаимозаменяемость соевых соусов «KIKKOMAN» и «SANBONSAI».

Согласно результатам указанного исследования:

- 99% опрошенных показали высокую приверженность марке, которую они приобретают постоянно, в таких условиях невозможно говорить о взаимозаменяемости;

- в 63% случаев покупатели посещают магазин с намерением купить определенную марку соуса, а оставшиеся 37% принимают решение уже на месте;

- только 7% потребителей считают форму бутылочки важным фактором при приобретении соевого соуса;

- 76 % опрошенных считают, что коническая стеклянная бутылочка является одним из традиционных способов упаковки соевых соусов и может содержать продукт любого производителя, при этом 15% респондентов связывают такой вид упаковки с соусами KIKKOMAN;

- для потребителей соевых соусов изменение цены даже на 10 % является существенным;

- соусы KIKKOMAN в конической бутылке и соусы SANBONSAI относятся к разным ценовым сегментам рынка, в связи с чем они не являются взаимозаменяемыми.

Вместе с тем, поскольку указанный товар не относится к товарам высокой ценовой категории, приобретение этого товара не предполагает высокой степени внимательности и осмотрительности, что создает вероятность неосознанного выбора в пользу товара конкурента.

В случае если действия хозяйствующего субъекта создают возможность смешения его товара с товаром конкурента, то в результате такого смешения потребитель при приобретении товара ошибочно принимает новый товар за

давно ему известный, ориентируясь на знакомый ему внешний вид, что вызывает отток потребительского спроса от товара конкурента к товару, оформленному с использованием его элементов дизайна.

Как было указано ранее и подтверждено материалами дела, Компания «Киккоман корпорейшен» (Япония), основанная в 1924 году, является международной компанией, в том числе в сфере производства и продажи соевых соусов, которые реализуются в бутылках оригинального дизайна, созданного Кэндзи Экуан в 1961 году для соевого соуса «KIKKOMAN», и с 2004 года реализуются на территории Российской Федерации. В свою очередь, ООО ТД «СанБонсаи» создано как юридическое лицо в 2010 году и с 2012 года начало вводить в гражданский оборот на территории Российской Федерации соевый соус SANBONSAI.

В данной ситуации различие в цене между товарами Заявителя и Общества, если у товаров Общества цена ниже, не может быть безусловным основанием для признания того, что действия Общества по использованию при введении в гражданский оборот на территории Российской Федерации соевого соуса в упаковке (таре) 150 мл, которая по своему внешнему виду (дизайну) является схожей с дизайном бутылок для соевого соуса «KIKKOMAN», не могут привести к смешению.

Кроме того, ООО ТД «СанБонсаи» в материалы дела был представлен отчет ООО «Деловой Центр-Екатеринбург» о проведении исследования «Вероятность ошибки при выборе соевого соуса» методом наблюдения за потребителями в торговых точках г. Екатеринбурга с последующим сомоотчетом покупателей, согласно результатам которого, из 1323 респондентов лишь один по ошибке приобрел соус «SANBONSAI» вместо «KIKKOMAN».

Вместе с тем, Заявителем на заседании Комиссии ФАС России 05.12.2016 в материалы дела представлены ответы торговых сетей, в которых, согласно исследованиям ООО «Деловой Центр-Екатеринбург», проводились указанные опросы.

Согласно письму ООО «Фокус – Ритейл» (Торговая сеть «РАЙТ») указанный хозяйствующий субъект не осуществлял какого-либо сотрудничества с ООО «Деловой центр –Екатеринбург».

Согласно письму Филиала «МЕГАМАРТ» АО «ДИКСИ Юг» в период с 29.09.2016 по 30.09.2016 (период проведения исследования «Взаимозаменяемость соевых соусов «KIKKOMAN» и «SANBONSAI») ООО «Деловой центр-Екатеринбург» на основании договора от 28.09.2016 получило возможность провести мероприятие «направленное на продвижение торговой марки «СанБонсаи», в период с 26.10.2016 по 21.11.2016 (период проведения исследования «Вероятность ошибки при выборе соевого соуса») ООО «Деловой центр-Екатеринбург» не проводило никаких мероприятий в торговых центрах «МЕГАМАРТ» и «МИНИМАРТ», в том числе в виде опроса

покупателей соевых соусов.

Согласно данным Аналитического отчета «Определение мнения потребителей соевых соусов о сходстве/различии упаковок соевого соуса «KIKKOMAN» и «SANBONSAI», а также возможности введения в заблуждение относительно их производителей», подготовленного ВЦИОМ 38,5% потребителей полагают, что могли бы при покупке перепутать соевые соусы «KIKKOMAN» и «SANBONSAI», стоящие рядом на одной полке, при выборке 1500 респондентов из 12 городов Российской Федерации.

Учитывая изложенное, Комиссия ФАС России не может принять отчеты ООО «Деловой Центр-Екатеринбург» «Взаимозаменяемость соевых соусов «KIKKOMAN» и «SANBONSAI» и «Вероятность ошибки при выборе соевого соуса» в качестве доказательства по делу о нарушении антимонопольного законодательства.

Иных документов, опровергающих представленные Заявителем доказательства возможности создания смешения его товара с товаром Общества в результате действий ООО ТД «СанБонсаи», представлено не было.

Оценив в совокупности все имеющиеся в материалах дела доказательства Комиссия ФАС России приходит к выводу, что действия ООО ТД «СанБонсаи» по введению в гражданский оборот на территории Российской Федерации соевого соуса в упаковке (таре) 150 мл, которая по своему внешнему виду (дизайну) является схожей с дизайном бутылок для соевого соуса «KIKKOMAN», могут привести к созданию смешения на рынке соевых соусов в границах Российской Федерации, направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности и могут причинить убытки Заявителю.

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, 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 во введении в гражданский оборот соевого соуса в упаковке 150 мл (новый дизайн), схожей до степени смешения с упаковкой соевого соуса «KIKKOMAN» 150 мл (диспенсер), что может привести к тому, что потребитель при приобретении товара ошибочно принимает новый товар за давно ему известный.

2. Указанные обстоятельства свидетельствуют о том, что рассматриваемые действия ООО ТД «СанБонсаи» объективно могут причинить убытки Заявителю, поскольку создание смешения на рынке как следствие вызывает отток потребительского спроса от товара конкурента к товару, оформленному с использованием его элементов дизайна.

3. 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.

Принимая во внимание вышеупомянутые обстоятельства и руководствуясь статьей 10bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883, статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1 - 4 статьи 41, частью 1 статьи 49 Закона о защите конкуренции, Комиссия ФАС России

Р Е Ш И Л А:

1. Признать действия ООО Торговый дом «СанБонсаи» (Россия, 620026, Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. Новинская, дом 2, оф. 31; ОГРН/ИНН 1106674021332/6674367983), связанные с введением в гражданский оборот на территории Российской Федерации соевого соуса в упаковке (таре) 150 мл, которая по своему внешнему виду (дизайну) являясь схожей с дизайном бутылок для соевого соуса «KIKKOMAN», актом недобросовестной

конкуренции, противоречащим пункту 2 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции.

2. Выдать ООО Торговый дом «СанБонсаи» (Россия, 620026, Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. Новинская, дом 2, оф. 31; ОГРН/ИНН 1106674021332/6674367983) предписание о прекращении недобросовестной конкуренции.

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

Примечание. За невыполнение в установленный срок законного решения антимонопольного органа [статьей 19.5](#) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.