

РЕШЕНИЕ
по делу № 1-14-193/00-08-16
о нарушении антимонопольного законодательства

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «11» августа 2017 г.
В полном объеме решение изготовлено «18» августа 2017 г.

Комиссия Федеральной антимонопольной службы по рассмотрению дела № 1-14-193/00-08-16 о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

председатель Комиссии: <...>,
рассмотрев в присутствии на заседании представителя АО «ДАНОН РОССИЯ» <...> (доверенность № 65/15 от 21.09.2015 г.), <...> (доверенность № 48/16 от 30.03.2016 г.) и представителей ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО»: <...> (доверенность № 1003 от 14.04.2017 г.), <...> (доверенность № 944 от 31.12.2016 г.), дело № 1-14-193/00-08-16 по признакам нарушения ООО «УК «ПРОСТО МОЛОКО» (420054, г. Казань, ул. Лебедева, д. 4) пункта 2 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - Закона «О защите конкуренции»),

УСТАНОВИЛА:

В Федеральную антимонопольную службу поступило дело № 08-123/2016 из Татарстанского УФАС России, возбужденное по заявлению АО «ДАНОН РОССИЯ» (далее также – Заявитель) о нарушении антимонопольного законодательства со стороны ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО» (далее также – Общество), выразившегося в использовании при оформлении упаковки производимой и реализуемой ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО» молочной продукции «БИО ЙОГУРТ» этикеток, наименования, цветовой гаммы, фирменного стиля в целом, схожих до степени смешения с оформлением упаковки молочной продукции «Віо Баланс», производимой и реализуемой АО «ДАНОН РОССИЯ».

Из представленных материалов следует, что Заявитель является производителем молочных продуктов, индивидуализированных обозначением «Віо Баланс», с 2005 года.

Общество производит и вводит в гражданский оборот молочную продукцию «БИО ЙОГУРТ» с 2014 года, в упаковках, при оформлении внешнего вида которых Обществом использовались этикетки, наименования, цветовая гамма, фирменный стиль в целом, схожие до степени смешения с



оформлением упаковки продукции «Віо баланс», производимой и реализуемой АО «ДАНОН РОССИЯ».

Данные действия Заявитель считает нарушением запрета на недобросовестную конкуренцию, установленного Законом «О защите конкуренции».

В ходе рассмотрения дела Общество представило письменные пояснения, в которых указало, что упаковки молочной продукции «Віо Баланс», используемые Заявителем, и упаковки молочной продукции «БИО ЙОГУРТ», используемые Обществом, имеют существенные отличия по расположению и выполнению композиционных элементов на упаковках молочной продукции, а также отметило, что в словосочетаниях «Віо Баланс» и «БИО ЙОГУРТ» отсутствует звуковое, смысловое и графическое сходство.

Кроме того, Общество указало, что форма упаковки молочного продукта (стандарт ПЭТ бутылок), ее цветовая гамма, а также такие элементы дизайна, как простая геометрическая линия (волнистая линия, разделяющая составные элементы словесного обозначения «Віо Баланс»), общепринятое наименование «био», изображение фруктов и ягод, указывающих на наполнитель биоюгурта, не обладают достаточной степенью оригинальности, чтобы индивидуализировать товар конкретного производителя, ввиду того, что используются также и иными производителями.

В подтверждение своих доводов Общество приобщило к материалам дела лингвистическую экспертизу, проведенную доктором юридических наук, аккредитованным членом Гильдии лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам <...>, экспертное заключение №1 от 02.08.2016 Комитета по интеллектуальной собственности Торгово-промышленной палаты Республики Татарстан, составленное патентоведом ООО «Интеллект и право» <...>, а также отчет по результатам социологического исследования, проведенного ИП Волковой М.М. в декабре 2016 года.

В связи с изложенным Общество полагает, что в его действиях отсутствует нарушение антимонопольного законодательства.

Комиссией ФАС России было принято заключение об обстоятельствах дела № 1-14-193/00-08-16 о нарушении антимонопольного законодательства, направленное лицам, участвующим в рассмотрении дела, письмом ФАС России от 18.07.2017 № АК/48740/17.

Определением от 11.07.2017 (исх. № АК/47917/17 от 13.07.2017) Комиссия ФАС России лицам, участвующим в рассмотрении дела, было предложено представить пояснения, доказательства и доводы в письменной форме в отношении обстоятельств, изложенных в заключении об обстоятельствах дела.

Комиссия ФАС России по рассмотрению дела № 1-14-193/00-08-16 о

нарушении антимонопольного законодательства, рассмотрев все имеющиеся в материалах дела доказательства, заслушав представителей сторон, установила следующие обстоятельства.

АО «ДАНОН РОССИЯ» с 2005 года является производителем молочных продуктов, индивидуализированных обозначением «Віо Баланс».

Заявителем был разработан оригинальный дизайн упаковки в целях привлечения внимания потребителей к продукту и придания ему индивидуальности, который впоследствии был зарегистрирован в качестве комбинированного товарного знака по свидетельству №441482 с датой приоритета 20.10.2009 в отношении товаров 29 класса МКТУ, в том числе в отношении молока и молочных продуктов.

Заявитель осуществляет реализацию молочных продуктов «Віо Баланс» на территории Российской Федерации, в том числе на территории Москвы, Санкт-Петербурга, Самары и Казани, что подтверждается товарно-транспортными накладными. Дальнейшее распространение молочных продуктов производит ООО «Данон Трейд».

В АО «ДАНОН РОССИЯ» поступила информация о том, что Общество производит и вводит в гражданский оборот на территории г. Москвы, г. Казани и г. Самары продукцию «БИО ЙОГУРТ».

Таким образом, продукция Заявителя и продукция Общества является взаимозаменяемой и продается на одном товарном рынке - г. Москва и г. Самара, что подтверждается фотоснимками продукции обоих производителей на полках магазинов, а также товарно-кассовыми чеками. Следовательно, АО «ДАНОН РОССИЯ» и ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО» являются хозяйствующими субъектами – конкурентами.

Заявитель указывает, что обе этикетки производимой Заявителем и Обществом продукции выполнены в форме вертикального прямоугольника и состоят из четырех основных (пространственно доминирующих) элементов, тождественных по взаимному расположению и симметрии:

1. белый фон этикеток;

2. центральный элемент в виде двух слов, имеющих одинаковое количество букв в своем составе, выполненных зеленым цветом и занимающих около половины всего обозначения. В состав обоих словосочетаний входит слово «Віо/Био».

Кроме того, оба йогурта схожи по наполнителям, массовая доля жира 1,5% с различными вкусами (Биойогурт с наполнителем «чернослив», Биойогурт с наполнителем «злаки», Биойогурт с наполнителем «персик», Биойогурт с наполнителем «клубника») и реализуются в упаковке, дизайн которой сходен до степени смешения, что вводит потребителей в заблуждение относительно его производителя.

При этом, название продукта (словесный элемент) на сравниваемых упаковках отличается. Этикетка йогурта ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО» имеет

незначительные отличия: изменение формы листьев в правом верхнем углу этикетки, голубой прямоугольник с обозначением жирности йогурта «Віо Баланс» заменен на голубую кляксу, не обладающие самостоятельной различительной способностью. Однако расположение названия продукта на этикетке, цвет и размеры совпадают.

Таким образом, оформление упаковки является сходным по подбору элементов и их взаимному расположению, а также по наличию симметрии элементов. На обозначениях использованы одинаковые цвета, как упаковки в целом, так и в оформлении деталей. Поскольку в оформлении упаковки использовано всего несколько цветов (общее доминирование белого и зеленого с использованием иных идентичных между собой цветов для обозначения фруктов/ягод), то совокупность цветов составляет одну из основ композиции, что еще больше усиливает сходство.

Вместе с тем, молочные продукты «Віо Баланс» производятся и реализуются АО «ДАНОН РОССИЯ» с 2005 года на всей территории Российской Федерации.

За это время АО «ДАНОН РОССИЯ» вложило большие денежные средства в создание, развитие и рекламу бренда. Только за период с 2013 по 2016 года было потрачено 401 166 000 (Четыреста один миллион сто шестьдесят шесть тысяч) рублей на рекламу молочной продукции под брендом «Віо Баланс» с целью привлечения и поддержания интереса к бренду «Віо Баланс», что позволяет сделать вывод об известности и узнаваемости данного продукта.

Общество вышло на рынок в 2014 году с продуктом «БИО ЙОГУРТ», упаковка которого сходна до степени смешения с упаковкой продукции «Віо Баланс», уже зарекомендовавшей себя и широко узнаваемой потребителями.

Заявитель указывает, что при введении в гражданский оборот йогуртов ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО», Заявитель недополучает прибыль, на которую мог бы рассчитывать, если бы Общество использовало комбинированный товарный знак на основании лицензионного договора.

В качестве подтверждения возможности создания смешения в отношении товаров АО «ДАНОН РОССИЯ» и ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО» Заявителем представлено маркетинговое исследование (проект № 10600), подготовленное ООО «Синовейт Комкон» в сентябре 2015 года.

В соответствии с указанным исследованием:

около 87% респондентов отмечают, что знают упаковку питьевого йогурта «Віо Баланс» (без логотипа) и почти 100% знают упаковку «Віо Баланс» (с логотипом);

44% респондентов не смогли назвать марку этого продукта, глядя на упаковку «БИО ЙОГУРТ» ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО» без логотипа;

из тех, кто смог назвать марку продукта, 58% решили, что эта упаковка «Віо Баланс», 15% посчитали, что это упаковка йогурта «Био Макс», а 5 %

назвали марку «Активиа». Ни один из респондентов не упомянул марку «БИО ЙОГУРТ» производства Общества.

По мнению большинства участников опроса (90%), тестируемые упаковки похожи между собой, из них 84% сказали, что могли бы перепутать эти две упаковки в магазине.

Таким образом, результаты опроса свидетельствуют об известности среди потребителей йогуртов «Віо Баланс», а также о высокой вероятности смешения йогуртов «Віо Баланс» и «БИО ЙОГУРТ».

В опровержение указанных доводов в своих письменных пояснениях Общество указывает, что упаковки молочной продукции «Віо Баланс», используемые Заявителем, и упаковки молочной продукции «БИО ЙОГУРТ», используемые Обществом, имеют существенные отличия, а именно:

— на упаковке молочного продукта Заявителя в словесном обозначении «Віо Баланс» используется графическая линия, пересекающая слово «Віо», тогда как на упаковке «БИО ЙОГУРТ» производства ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО» она отсутствует;

— на упаковке «Віо Баланс» в правом верхнем углу изображен зеленый лист неизвестного растения, в то время как на упаковке «БИО ЙОГУРТ» изображен лист клевера — элемент корпоративного товарного знака Общества, зарегистрированного Роспатентом;

— в левом верхнем углу на упаковке «БИО ЙОГУРТ» в отличие от упаковки «Віо Баланс» производства Заявителя изображена клякса с обозначением «ПРОСТО», ассоциируемая с коммерческим обозначением ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО»;

— на упаковке «Віо Баланс» под указанным словосочетанием имеется надпись «био йогурт», которая не занимает доминирующее положение в отличие от словосочетания «БИО ЙОГУРТ» на упаковке Общества;

— на упаковке «Віо Баланс» в нижней части этикетки изображены ягоды/злаки (наполнители), а на упаковке «БИО ЙОГУРТ», наряду с изображениями ягод/злаков, в правом углу изображена полуокружность с обозначением «ОТ ПОЛЯ ДО ПРИЛАВКА ГАРАНТИЯ КАЧЕСТВА! ИЗГОТАВЛИВАЕТСЯ ИЗ НАТУРАЛЬНОГО МОЛОКА БЕЗ ДОБАВОК И КОНСЕРВАНТОВ»;

— цвет крышки упаковки «Віо Баланс» - зеленый, как охраняемый элемент товарного знака Заявителя, а крышка упаковки «БИО ЙОГУРТ» исполнена в белом цвете;

— цветовая гамма белого, зеленого и голубого цвета соответствует цветовому решению коммерческого обозначения ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО».

Таким образом, Общество считает, что расположение и выполнение композиционных элементов на упаковках «Віо Баланс» и «БИО ЙОГУРТ»

различны.

Кроме того, Общество отмечает, что в словосочетаниях «Віо Баланс» и «БИО ЙОГУРТ» отсутствует звуковое, смысловое и графическое сходство по следующим признакам:

— ударение в словосочетаниях «Віо Баланс» и «БИО ЙОГУРТ» отличается, а именно: в первом случае ударение падает на второй слог слова «Баланс», а во втором случае - на первый слог слова «ЙОГУРТ»;

— сильными элементами словесных обозначений «Віо Баланс» и «БИО ЙОГУРТ» являются слова «Баланс» и «ЙОГУРТ», которые не имеют звукового сходства и не сходны до степени смешения;

— в словосочетании «Віо Баланс» используется как английский, так и русский алфавиты, в то время как в словосочетании «БИО ЙОГУРТ» используется только русский алфавит;

— словосочетание «Віо Баланс» написано с заглавной буквы, а «БИО ЙОГУРТ» со строчной;

— словесное обозначение «Віо Баланс» по смыслу означает жизненное равновесие, равновесие жизни, в то время как словесное обозначение «БИО ЙОГУРТ» представляет собой наименование молочного продукта и означает живой йогурт. Следовательно, если у Заявителя данное обозначение служит для наименования линии продукции, то у Общества данное обозначение является наименованием продукта.

Общество также указывает, что форма упаковки молочного продукта (стандарт ПЭТ бутылок), ее цветовая гамма, а также такие элементы дизайна, как простая геометрическая линия (волнистая линия, разделяющая составные элементы словесного обозначения «Віо Баланс»), общепринятое наименование «био», изображение фруктов и ягод, указывающих на наполнитель биойогурта, не обладают достаточной степенью оригинальности, чтобы индивидуализировать товар конкретного производителя, ввиду того, что используются также и иными производителями.

Кроме того, Обществом были приобщены к материалам дела лингвистическая экспертиза, проведенная доктором юридических наук, аккредитованным членом Гильдии лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам <...>, а также экспертное заключение №1 от 02.08.2016 Комитета по интеллектуальной собственности Торгово-промышленной палаты Республики Татарстан, составленное патентоведом ООО «Интеллект и право» <...>

Согласно выводам лингвистической экспертизы словесные и иные изобразительные средства, используемые в графическом оформлении упаковок товаров «Віо Баланс» и «БИО ЙОГУРТ», являются общепринятыми обозначениями молочной продукции данного сорта и имеют устойчивые смысловые ассоциации с ним. Вместе с тем, фонетические и смысловые

различия между словесными элементами «Віо Баланс» и «БИО ЙОГУРТ» достаточно заметны и уравнивают сходство в части слабого элемента био и реалистического изображения фруктов, принципиально не характеризующихся оригинальностью исполнения именно как реалистическое изображение, следовательно, отсутствуют лингвистические основания полагать, что словесные обозначения и изобразительные элементы на упаковках товаров «Віо Баланс» и «БИО ЙОГУРТ» сходны до степени смешения.

При этом согласно экспертному заключению №1 от 02.08.2016 упаковка биойогурта Общества не является сходной до степени смешения с упаковкой биойогурта Заявителя, поскольку имеются существенные различия по стилизации, цветовой гамме, словесным элементам и прямое указание на производителя продукта.

Однако Комиссия ФАС России не может принять выводы лингвистической экспертизы, а также экспертного заключения №1 от 02.08.2016 в качестве доказательств, опровергающих представленное Заявителем социологическое исследование, так как данная экспертиза и заключение представляют собой мнение одного лица, высказывавшего свое профессиональное суждение по поставленному вопросу.

Вместе с тем, предметом рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства является возможность создания смешения при введении Обществом в гражданский оборот молочной продукции «БИО ЙОГУРТ» в схожей с продукцией Заявителя упаковке. Соответственно, для рассматриваемого дела имеют значение исследования, в том числе социологические исследования со значительной репрезентативной выборкой, на основании которых можно получить широкий срез общественного мнения потребителей молочной продукции о наличии либо отсутствии сходства до степени смешения между упаковками молочной продукции «Віо Баланс» производства Заявителя и упаковками молочной продукции «БИО ЙОГУРТ» производства Общества.

В свою очередь, Общество считает, что представленный Заявителем социологический опрос является нерепрезентативным ввиду того, что он проведен с нарушением методики его проведения, а также проводился среди потребителей молочных продуктов на территории г. Москвы, где продукция Общества не является широко распространенной.

Согласно выводам представленного Обществом отчета по результатам социологического исследования по теме: «Мнение жителей Республики Татарстан о степени визуального сходства/различия в оформлении упаковок молочной продукции разных производителей биойогурта с наполнителем производства ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО» г. Казань», проведенного ИП Волковой М.М. в декабре 2016 года, абсолютное большинство респондентов отметило, что им знакомы упаковки обоих йогуртов. При этом 94% опрошенных, которым была представлена карточка с заретушированным

логотипом йогурта «Віо Баланс» производства Заявителя, идентифицировали как йогурт «Віо Баланс», а 86% опрошенных, которым была представлена карточка с заретушированным логотипом йогурта «БИО ЙОГУРТ» производства ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО», идентифицировали как «БИО ЙОГУРТ».

Отвечая на вопрос, какому производителю, по мнению респондентов, принадлежат упаковки этих йогуртов, примерно одинаковое количество респондентов дали правильный ответ по принадлежности йогурта конкретной фирме—производителю, а именно: 41% респондентов правильно идентифицировали принадлежность йогурта «Віо Баланс» компании АО «ДАНОН РОССИЯ», а 37% ответивших отметили принадлежность упаковки, на которой был изображен «БИО ЙОГУРТ», компании ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО».

Далее, отвечая на вопрос, насколько схожи или различны упаковки йогуртов «Віо Баланс» и «БИО ЙОГУРТ» в целом, а также по отдельным изобразительным элементам оформления упаковок, большинство респондентов отметили несхожесть в оформлении упаковок йогуртов «Віо Баланс» и «БИО ЙОГУРТ», 55,0% респондентов отметили, что в оформлении названия йогуртов упаковки абсолютно не похожи (24,1% ответивших), очень не похожи (16,2% ответивших) и скорее не похожи (14,7% ответивших).

Кроме того, почти 44% респондентов, отвечая на вопрос о различиях в оформлении упаковки, отметили сразу бросающиеся в глаза белый цвет крышки у йогурта «Віо Баланс» производства Заявителя и зеленый цвет крышки у йогурта «БИО ЙОГУРТ» производства ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО». Вместе с тем, 48% респондентов заявили, что они не перепутали бы эти йогурты на прилавке и не купили бы один йогурт вместо другого (20% респондентов определенно бы не перепутали и не купили, а 28% респондентов скорее всего не перепутали бы).

Поскольку в Комиссию ФАС России были представлены два социологических опроса с различными результатами, Комиссия ФАС России пришла к выводу о необходимости вынести вопрос о наличии либо отсутствии признаков недобросовестной конкуренции в действиях Общества по использованию при оформлении внешнего вида упаковки производимой и реализуемой ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО» молочной продукции «БИО ЙОГУРТ» этикеток, наименования, цветовой гаммы, фирменного стиля в целом, схожих до степени смешения с оформлением упаковки продукции «Віо Баланс» производства Заявителя, на обсуждение Экспертного совета по применению антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции при Федеральной антимонопольной службе. В связи с этим определением от 31.01.2017 рассмотрение дела № 1-14-193/00-08-16 о нарушении антимонопольного законодательства было приостановлено.

Перед членами Экспертного совета по применению антимонопольного

законодательства в части недобросовестной конкуренции при Федеральной антимонопольной службе был поставлен на обсуждение один вопрос: имеется ли сходство до степени смешения между упаковками биойогуртов ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО» и АО «ДАНОН РОССИЯ».

В ходе обсуждения данного вопроса экспертам были продемонстрированы образцы продукции ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО» и Заявителя. Большинство экспертов сошлись во мнении, что форма бутылочек биойогуртов идентична, хотя на рынке присутствует широкий выбор таких.

При этом эксперты отметили, что обозначения «Віо Баланс» и «БИО ЙОГУРТ» не имеют различительной способности из-за сходных фонетических элементов, способа написания, шрифта и цвета обозначения, в связи с чем у потребителя может сложиться впечатление, что продукция принадлежит различным линейкам одного производителя.

Экспертами также было установлено, что ввиду низкой ценовой категории и малого срока хранения такого рода кисломолочных продуктов потребители проявляют низкий уровень осмотрительности при выборе того или иного вида биойогурта.

По итогам обсуждения, в ходе голосования, участники Экспертного совета большинством голосов пришли к выводу о том, что упаковки биойогуртов производства ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО» схожи с упаковками биойогуртов производства Заявителя, что может привести к смешению продукции в глазах покупателей.

Определением от 26.06.2017 рассмотрение дела № 1-14-193/00-08-16 о нарушении антимонопольного законодательства было возобновлено.

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.

Согласно пункту 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.

Под имитацией внешнего вида товара понимается своеобразное подражание товару конкурента с целью создания у покупателей впечатления о принадлежности таких товаров линейке имитируемых товаров.

Таким образом, оценив в совокупности все имеющиеся в деле доказательства и обстоятельства, установленные в ходе рассмотрения дела, Комиссия ФАС России приходит к выводу, что является установленным факт осуществления Обществом действий по введению в гражданский оборот на территории Российской Федерации молочных продуктов «БИО ЙОГУРТ» с использованием дизайнерских решений, применяемых при оформлении продукции Заявителя.

При этом Комиссия ФАС России учитывает, что биоюгурты относятся к товаром повседневного спроса и низкой ценовой категории, а также имеют маленький срок хранения, в связи с чем приобретение такого товара не предполагает высокой степени внимательности и осмотрительности со стороны покупателя, что создает вероятность неосознанного выбора в пользу товара конкурента, что подтверждается также выводами Экспертного совета по применению антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции при Федеральной антимонопольной службе.

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 элементов дизайна его упаковки.

Как было указано ранее и подтверждено материалами дела, молочная продукция «Віо Баланс» известна на товарном рынке Российской Федерации с 2004 года и обладает высокой узнаваемостью со стороны потребителя, что установлено маркетинговым исследованием (проект № 10600), подготовленным ООО «Синовейт Комкон» в сентябре 2015 года, согласно которому около 87% респондентов отмечают, что знают упаковку питьевого йогурта «Віо Баланс» (без логотипа) и почти 100% знают упаковку «Віо Баланс» (с логотипом).

В то же время Общество вводит в гражданский оборот на территории Российской Федерации молочную продукцию «БИО ЙОГУРТ» с 2014 года.

Комиссия ФАС России учитывает выводы Экспертного совета, согласно которым участники Экспертного совета большинством голосов пришли к выводу о том, что упаковки биоюгуртов производства ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО» схожи с упаковками биоюгуртов производства Заявителя, что может привести к смешению продукции в глазах покупателей.

Кроме того, участники Экспертного совета отметили, что оформление биоюгуртов не имеет достаточной совокупности различий из-за сходных фонетических элементов, способа написания, шрифта и цвета обозначения, в связи с чем у потребителя может сложиться впечатление, что продукция

принадлежит различным линейкам одного производителя.

На заседании Комиссии Общество не согласилось с выводами Экспертного совета и отметило, что ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО» прекратило вводить в гражданский оборот молочную продукцию «БИО ЙОГУРТ» в схожей упаковке с октября 2016 года.

Комиссия ФАС России не принимает ссылку Общества на то, что ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО» прекратило вводить в гражданский оборот молочную продукцию «БИО ЙОГУРТ» в схожей с продукцией Заявителя упаковке, так как период нарушения Обществом антимонопольного законодательства, выразившегося в использовании при оформлении упаковки молочной продукции «БИО ЙОГУРТ» дизайнерских решений, применяемых при оформлении продукции Заявителя, подпадает под общий срок давности рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства. Более того, факт нарушения Обществом антимонопольного законодательства подтвержден материалами дела. Кроме того, на момент вынесения решения у Комиссии ФАС России отсутствует документально подтвержденная информация о прекращении введения Обществом в гражданский оборот молочной продукции «БИО ЙОГУРТ» в схожей с продукцией Заявителя упаковке.

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 Общества:

1. Направленность на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности выразилось в использовании при оформлении внешнего вида упаковки производимой и реализуемой ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО» молочной продукции «БИО ЙОГУРТ» этикеток, наименования, цветовой гаммы, фирменного стиля в целом, схожих до степени смешения с оформлением упаковки продукции «Віо Баланс» производства Заявителя, что способно привести к смешению с товаром Заявителя, результатом чего может являться ошибочный выбор потребителя при приобретении товара, когда он принимает новый товар как новую линейку давно ему известной продукции.

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 Общества способны причинить убытки Заявителю, поскольку создание смешения на рынке влечет отток потребительского спроса от товара Заявителя к товару конкурента,

оформленному с использованием дизайна его упаковок, и, как следствие, уменьшение прибыли, на которую мог бы рассчитывать Заявитель при обычных условиях гражданского оборота.

Принимая во внимание упомянутые 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, статьей 50 Закона «О защите конкуренции», Комиссия ФАС России

Р Е Ш И Л А:

1. Признать действия ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО» (420054, г. Казань, ул. Лебедева, д. 4), выразившиеся в использовании при оформлении упаковки производимой и реализуемой ООО УК «ПРОСТО МОЛОКО» молочной продукции «БИО ЙОГУРТ» этикеток, наименования, цветовой гаммы, фирменного стиля в целом, схожих до степени смешения с оформлением упаковки молочной продукции «Віо Баланс» производства Заявителя, актом недобросовестной конкуренции, противоречащим пункту 2 статьи 14.6 Закона «О защите конкуренции».

2. Выдать ООО «УК «ПРОСТО МОЛОКО» (420054, г. Казань, ул. Лебедева, д. 4) предписание о прекращении нарушения антимонопольного законодательства.