

Мониторинг правоприменения: ст. 14.6 ФЗ «О защите конкуренции»

ВЫПОЛНИЛИ: МЕДВЕДЕВ ДМИТРИЙ

КУЗНЕЦОВ КИРИЛЛ

ЗАХАРОВА ДАРЬЯ

АРДАЕВ АМИР

ГУЦУ СЕРГЕЙ

Статья 14.6. Запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с созданием смешения.

Не допускается недобросовестная конкуренция путем совершения хозяйствующим субъектом действий (бездействия), способных вызвать смешение с деятельностью хозяйствующего субъекта-конкурента либо с товарами или услугами, вводимыми хозяйствующим субъектом-конкурентом в гражданский оборот на территории Российской Федерации, в том числе:

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

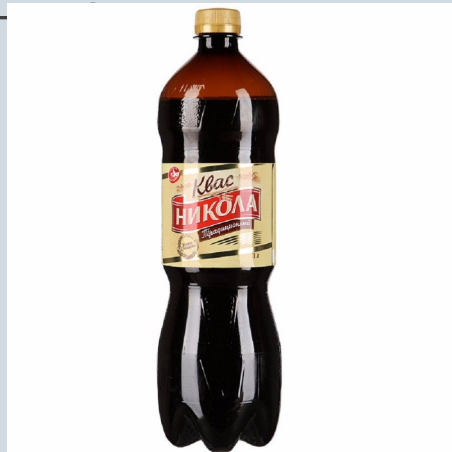
2) копирование или имитация внешнего вида товара, вводимого в гражданский оборот хозяйствующим субъектом-конкурентом, упаковки такого товара, его этикетки, наименования, цветовой гаммы, фирменного стиля в целом (в совокупности фирменной одежды, оформления торгового зала, витрины) или иных элементов, индивидуализирующих хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товар.

«Никола» и «Квасной напиток из п. Никола»

Обстоятельства дела:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области поступило заявление ОАО «Дека» на действия ООО «Новатор», связанные с реализацией в сети магазинов «SPAR» квасной продукции с этикеткой «КВАСной напиток из п. НИКОЛА».

В названии продукта слова «КВАС» и «НИКОЛА» выделены заглавными буквами. Таким образом, имеет место незаконное использование словесного обозначения «Н



Решение:

Признать ООО «Новатор» нарушившим часть 1 статьи 14.6 Федерального закона «О защите конкуренции» от 26.07.2006г. № 135-ФЗ в части совершения Обществом действий, способных вызвать смешение с товарами, вводимыми ОАО «Дека» в гражданский оборот, а именно незаконного использования обозначения «КВАСной напиток из п. НИКОЛА По Старинным Сибирским Рецептам», сходного до степени смешения с товарным знаком «НИКОЛА» путем его размещения на этикетках товаров, которые вводятся ООО «Новатор» в гражданский оборот на территории Российской Федерации.

«Стародворские колбасы» и «Первый Мясокомбинат»

Обстоятельства дела:

В УФАС по Нижегородской области через ФАС России поступило обращение общества "Стародворские колбасы" о неправомерных действиях общества "Первый Мясокомбинат", содержащих, по мнению заявителя, признаки недобросовестной конкуренции.

Поводом для обращения общества "Стародворские колбасы" в антимонопольный орган послужил факт реализации в магазинах колбасы "Нижегородская" производства общества "Первый Мясокомбинат" с этикеткой, сходной до степени смешения с комбинированным товарным знаком общества "Стародворские колбасы".

Общество "Первый Мясокомбинат" утверждает об отсутствии сходства между этикеткой его колбасы и товарного знака заявителя, а также отсутствие причинно-следственной связи между падением продаж у заявителя и появлением на рынке его продукции.

Общество "Стародворские колбасы» обратилось в суд.

Решение:

Суд отказывая в удовлетворении заявленных требований исходил из того, что антимонопольный орган доказал законность и обоснованность оспариваемых ненормативных правовых актов.

Исходя из правового смысла и содержания понятия недобросовестной конкуренции, необходимым признаком, который должен устанавливаться антимонопольным органом, является направленность действий хозяйствующего субъекта на получение преимуществ в предпринимательской деятельности.

При этом в отличие от последствий недобросовестной конкуренции (причинили действия или могут причинить убытки конкурентам, нанесли или могут нанести вред их деловой репутации) направленность на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности должна быть доказана, а не предполагаться.

В частности, подобная направленность может быть доказана фактами смешения продукции третьими лицами при ее покупке, расторжения договоров с заявителем и иными способами.

В связи с изложенным обстоятельством суды самостоятельно рассмотрели вопрос о сходстве до степени смешения этикетки, используемой обществом "Первый Мясокомбинат", с товарным знаком общества "Стародворские колбасы" с позиции рядового потребителя и пришли к выводу о том, что опасность смешения в глазах конечного потребителя противопоставленных этикетки и товарного знака отсутствует.

«Стародворские колбасы» и «Первый Мясокомбинат»

- Может ли потребитель при приобретении продукции «Колбаса вареная Нижегородская» производства ООО «Первый Мясокомбинат» принять ее за продукцию «Стародворская колбаса вареная мясная охлажденная Докторская» производства ЗАО «Стародворские колбасы»?

да

41% (11 голосов)

нет

59% (16 голосов)

Всего голосов: 27



«Valio» и «Баба Валя»

Обстоятельства дела:

В Санкт-Петербургское УФАС России поступило заявление ООО «Валио» с жалобой на действия, нарушающие антимонопольное законодательство, выразившиеся в реализации в магазинах в г. Санкт-Петербурге продукта – масла сливочного, 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».

Вопрос о сходстве упаковок масла Валио и Баба Валя был вынесен на общественное голосование, в ходе которого 58% голосующих проголосовали за сходство упаковок.

Решение:

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 и 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.

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

«Valio» и «Баба Валя»

По вашему мнению упаковки масла "Валио" и "Баба Валя" сходны?

да



нет



Всего голосов: 23495



Спасибо за внимание!



Макдональдс

Шаверма