



АРБИТРАЖНЫЙ СУД СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ
ИМЕНЕМ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
РЕШЕНИЕ

г. Ставрополь

Дело № А63-17090/2025

16 февраля 2026 года

Резолютивная часть решения объявлена 02 февраля 2026 года

Решение изготовлено в полном объеме 16 февраля 2026 года

Арбитражный суд Ставропольского края в составе судьи Галушки В.В., при ведении протокола судебного заседания секретарем судебного заседания Серкиной А.В., рассмотрев в судебном заседании дело по заявлению

общества с ограниченной ответственностью «ИДС Боржоми», г. Москва, ОГРН 1067746785204, ИНН 7703599366,

к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Ставропольскому краю, г. Ставрополь, ОГРН 1022601989508, ИНН 263400388,

третье лицо, не заявляющее самостоятельных требований относительно предмета спора, общество с ограниченной ответственностью «Рокадовские минеральные воды», с. Ульяновка, ОГРН 1047796585011, ИНН 7701551496,

о признании недействительным решения от 09.12.2024 № 026/01/14.6-2275/2023,

при участии представителя заинтересованного лица – Никитиной И.О. по доверенности от 15.01.2026 № МИ/251/26, представителя третьего лица – Надтокина А.А. по доверенности от 01.12.2022,

УСТАНОВИЛ:

в Арбитражный суд Ставропольского края поступило заявление общества с ограниченной ответственностью «ИДС Боржоми» (далее – общество) к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Ставропольскому краю (далее – управление, антимонопольный орган) о признании недействительным решения от 09.12.2024 № 026/01/14.6-2275/2023.

В порядке статьи 51 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (далее - Кодекс) к участию в деле в качестве третьего лица, не заявляющего самостоятельных требований относительно предмета спора, привлечено общество с ограниченной ответственностью «Рокадовские минеральные воды» (далее – ООО «Рокадовская»).

Заявление мотивировано тем, что решение от 09.12.2024 № 026/01/14.6-2275/2023 не соответствует требованиям пункта 2 статьи 14.6. Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», является необоснованным и нарушающим права и законные интересы общества в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности. По мнению общества, недобросовестная конкуренция третьего лица выразилась в копировании ООО «Рокадовская» внешнего вида упаковки бутилированной минеральной воды, производимой ООО «ИДС Боржом». Кроме того, заявитель указал на отсутствие у управления полномочий на рассмотрение дела, поскольку предполагаемое нарушение антимонопольного законодательства совершено на территории нескольких субъектов Российской Федерации, что на основании пункта 3.13 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по возбуждению и рассмотрению дел о нарушениях антимонопольного законодательства Российской Федерации, утвержденного приказом Федеральной антимонопольной службы от 25.05.2012 № 339, является основанием направления заявления и материалов в Федеральную антимонопольную службу для решения вопроса о рассмотрении этого заявления, материалов.

Представитель заявителя в судебное заседание не явился, о времени и месте судебного заседания уведомлен надлежащим образом, возражений относительно рассмотрения спора по существу не представил.

Заинтересованное лицо в отзыве с требованиями не согласилось, указав на законность и обоснованность решения. Управление утверждало, что этикетки сравниваемых товаров не являются сходными до степени смешения. Поскольку заявителем не доказан факт имитации внешнего вида бутилированной минеральной воды «Боржом», нарушений ООО «Рокадовская» антимонопольного законодательства не усматривает. Указало, что оспариваемое решение вынесено управлением в пределах своих полномочий по месту совершения предполагаемого нарушения антимонопольного законодательства.

Представитель заинтересованного лица в судебном заседании настаивал на законности оспариваемого решения, просил суд отказать обществу в удовлетворении требований.

Третье лицо в возражениях на заявление поддержало позицию заинтересованного лица. Указало, что несмотря на отнесение сравниваемой продукции к товарам повседневного спроса одной группы товаров, не предполагающим высокой степени внимательности и осмотрительности со стороны покупателя, дизайн упаковки продукции ООО «Рокадовская» и ООО «ИДС Боржом» обладает высокой различительной способностью, не допускающей вероятность смешения продукции. Утверждало, что третье лицо не копирует и не имитирует внешний вид, упаковку, этикетку, наименование, цветовую гамму, фирменный стиль в целом и иные элементы, индивидуализирующие бутилированную минеральную воду «Боржом».

Представитель третье лица в судебном заседании поддержал доводы, изложенные в заявлении, просил суд отказать в удовлетворении требований в полном объёме.

Суд в соответствии со статьей 163 Кодекса в судебном заседании 19.01.2026 объявил перерыв на 10 минут, далее перерыв был продлён до 02.02.2026. Информация о перерыве размещена на официальном сайте арбитражного суда в сети «Интернет» в информационной системе «Картотека арбитражных дел» (<http://kad.arbitr.ru>).

Представителем заявителя было заявлено ходатайство об участии 02.02.2026 в онлайн-заседании, которое удовлетворено судом. При открытии судом судебного заседания с использованием онлайн-сервиса «Картотека арбитражных дел» представитель к каналу связи не подключился, что свидетельствует о его неявке, о чём свидетельствует видеозапись заседания. Установив, что средства связи суда воспроизводят видео и аудиосигнал надлежащим образом, технические неполадки отсутствуют, представителю заявителя обеспечена возможность дистанционного участия в процессе, которая не в полной мере реализована по причинам, находящимся в сфере их контроля, суд не усмотрел предусмотренных статьей 158 Кодекса оснований для отложения судебного заседания.

После перерыва представители сторон и лиц участвующих в деле надлежащим образом извещённые о времени и месте судебного заседания не явились, ходатайств не заявили, суд в соответствии со статьями 123, 200 Кодекса считает возможным рассмотреть данный спор в отсутствие указанных лиц.

В силу части 2 статьи 200 Кодекса арбитражный суд извещает о времени и месте судебного заседания лиц, участвующих в деле, и других заинтересованных лиц. Неявка лиц, участвующих в деле, извещенных надлежащим образом о времени и месте судебного заседания, не является препятствием для рассмотрения дела, если суд не признал их явку обязательной.

Выслушав представителей сторон и лиц, участвующих в деле, исследовав материалы дела, оценив представленные доказательства в порядке, предусмотренном статьей 71 АПК РФ и дав им правовую оценку, арбитражный суд считает заявленные требования не подлежащими удовлетворению по следующим основаниям.

Как следует из материалов дела в антимонопольный орган поступило обращение общества по вопросу наличия признаков недобросовестной конкуренции в действиях ООО «Рокадовская», выразившихся в производстве и реализации бутилированной минеральной воды «Рокада», элементы дизайна которой имитируют дизайн бутилированной минеральной воды «Боржоми», а также создании смешения с товарным знаком «Боржоми» по свидетельству № 867205 (этикетка) от 05.05.2022 (правообладатель № 1 - непредпринимательское (некоммерческое) юридическое лицо Ассоциация «Грузинское стекло

и минеральные Воды») и товарным знаком по свидетельству № 520558 (бутылка) от 15.08.2014 (правообладатель № 2 - АйДиЭс Боржоми Бевереджис Ко Н.В. № 2)).

Обращаясь в антимонопольный орган, заявитель указал, что ООО «ИДС Боржоми» является единственным дистрибьютором, реализующим минеральную воду «Боржоми» на территории Российской Федерации и представителем указанных правообладателей (договор поручения от 12.05.2023 № 12-05). Продажа продукции производится посредством торговых сетей («Перекресток», «Красное&Белое», «Лента», «Магнит» и иные), а также через интернет - магазины («OZON», «Vprok.ru», «Сбермаркет», «Utkonos» и иные).

ООО «Рокадовская» ведет свою торговую деятельность на рынке минеральной воды Российской Федерации. Реализует бутилированную минеральную воду «Рокада» через федеральную сеть «Магнит» и интернет-магазины («Сбермаркет»).

Дизайн «Боржоми» разработан работником правообладателя № 1 в рамках исполнения служебного поручения, что подтверждается Актом о передаче исключительных прав от 02.02.2011.

В качестве доказательства факта имитации третьим лицом дизайна бутилированной минеральной воды «Боржоми» обществом представлено экспертное заключение ООО «Национальное бюро экспертизы интеллектуальной собственности», которым установлено, что сходные элементы в совокупности создают общее впечатление о принадлежности «Боржоми» и «Рокада» одному правообладателю (что ведет к возможному перераспределению спроса на рынке). В результате возникает риск смешения с товарами другого производителя и, соответственно, введения потребителя в заблуждение относительно производителя товара.

Заявитель также указал, что форма упаковок является оригинальным элементом, обладающим различительной способностью, то есть способным индивидуализировать товары определённого производителя, поскольку она не используется иными производителями как некий распространённый символ или обозначение для указания на определённые характеристики товаров. Форма бутылки «Боржоми» является оригинальной, неповторимой, зарегистрирована в качестве товарного знака № 520558 на имя правообладателя № 1. Цвет, именуемый «Грузинским Зеленым», по имеющейся информации, открытой и общедоступной в сети Интернет, был разработан специально для «Боржоми» с целью её индивидуализации. Каждая этикетка включает в себя ряд отличительных элементов, а также характеризуется наличием определённой композиции. Элементы используемые при оформлении этикетки минеральной воды «Боржоми» являются творческими, влияют на различительную способность внешнего вида товара в целом.

Заявителем сделан вывод, что на упаковке «Рокада» симитированы сильные элементы оформления упаковки «Боржоми», обладающие различительной способностью. Не совпадают

в основном слабые элементы либо их отличие не играет существенной роли для общего вывода о наличии имитации.

По мнению заявителя, в результате указанных действий создается возможность такой ситуации, когда потребитель, в силу восприятия спорных элементов индивидуализации (оформления товара), способен перепутать товары и купить один вместо другого либо у него может сформироваться впечатление, что товар (бутилированная минеральная вода) ООО «Рокадовская» каким-либо образом связан с ООО «ИДС Боржоми» либо причастен к нему, относится к параллельной продуктовой линейке и т.п. (что ведет к возможному перераспределению спроса на рынке). В результате возникает риск смешения с товарами другого производителя и, соответственно, введения потребителя в заблуждение относительно производителя товара.

Заявитель считает, что изложенное указывает на нарушение пункта 2 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», поскольку действия третьего лица направлены на получение преимуществ в предпринимательской деятельности, противоречат требованиям российского законодательства, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости; причинили или могут причинить конкуренту материальный вред (в виде недополученной прибыли) либо нанести вред его деловой репутации (в случае ненадлежащего исполнения договора купли-продажи). Следовательно, ООО «Рокадовская» в результате недобросовестных действий может получить преимущества перед своим конкурентом - ООО «ИДС Боржоми».

По результатам рассмотрения обращения управлением принято решение от 09.12.2024 по делу № 026/01/14.6-2275/2023 о нарушении антимонопольного законодательства, которым комиссия прекратила рассмотрение дела в связи с отсутствием в действиях третьего лица нарушений антимонопольного законодательства.

Полагая, что названное решение не соответствует действующему законодательству и нарушает права и законные интересы заявителя в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности, общество обратилось в суд с рассматриваемым заявлением, одновременно заявив ходатайство о восстановлении пропущенного срока на обжалование, мотивировав его поздним направлением полного текста оспариваемого решения.

По существу названного ходатайства суд приходит в следующем.

Заявитель обратился в суд с заявлением об обжаловании действий, бездействий органа власти в порядке главы 24 Кодекса.

В соответствии с частью 4 статьи 198 Кодекса заявление может быть подано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня, когда гражданину, организации стало известно о нарушении их прав и законных интересов, если иное не установлено федеральным

законом. Пропущенный по уважительной причине срок подачи заявления может быть восстановлен судом.

В абзаце первом пункта 16 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 28.06.2022 № 21 «О некоторых вопросах применения судами положений главы 22 Кодекса административного судопроизводства Российской Федерации и главы 24 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации» разъяснено, что срок обращения в суд по делам, рассматриваемым по правилам главы 24 Кодекса, начинается со дня, следующего за днем, когда лицу стало известно о нарушении его прав, свобод и законных интересов, о создании препятствий к осуществлению его прав и свобод, о возложении обязанности, о привлечении к ответственности (часть 4 статьи 113 и часть 4 статьи 198 Кодекса).

Согласно правовой позиции, сформулированной в определении Конституционного Суда Российской Федерации от 02.12.2013 № 1908-О, по смыслу части 4 статьи 198 Кодекса для исчисления закрепленного этой нормой трехмесячного срока необходимо исходить не из презумпции разумно предполагаемой осведомленности лица о нарушении его прав и законных интересов, а из того, что начало течения этого срока определяется в каждом конкретном случае судом на основе установления момента, когда заинтересованное лицо реально узнало о соответствующем нарушении.

В силу пункта 3 статьи 114 Кодекса процессуальный срок, исчисляемый днями, истекает в последний день установленного срока.

Из представленного заявителем отчета об отслеживании отправления с почтовым идентификатором 80106208637355 письмо управления обществу сдано в почтовое отделение 28.04.2025, прибыло в место вручения 09.05.2025 и вручено адресату 13.05.2025.

Заявление общества о признании недействительным решения от 09.12.2024 № 026/01/14.6-2275/2023 подано в суд 11.08.2025 посредством электронного сервиса «Мой арбитр» (<https://kad.arbitr.ru/>), что подтверждается оттиском штампа суда на заявлении.

Таким образом, трехмесячный срок на обжалование решения антимонопольного органа заявителем не пропущен, в связи с чем, его восстановление не требуется.

В соответствии с частью 1 статьи 4 Кодекса заинтересованное лицо вправе обратиться в арбитражный суд за защитой своих нарушенных или оспариваемых прав и законных интересов в порядке, установленном названным Кодексом, самостоятельно определив способы их судебной защиты, соответствующие статье 12 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Граждане, организации и иные лица вправе обратиться в арбитражный суд с заявлением о признании недействительными ненормативных правовых актов, незаконными

решений и действий (бездействия) органов, осуществляющих публичные полномочия, должностных лиц, если полагают, что оспариваемый ненормативный правовой акт, решение и действия (бездействие) не соответствуют закону или иному ненормативному правовому акту и нарушают их права и законные интересы в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности, незаконно возлагают на них какие-либо обязанности, создают иные препятствия для осуществления предпринимательской и иной экономической деятельности (статья 198 Кодекса).

В силу норм части 1 статьи 198, части 4 статьи 200 Кодекса, пункта 6 совместного постановления Пленумов Верховного Суда Российской Федерации и Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 01.07.1996 № 6/8 «О некоторых вопросах, связанных с применением части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» для удовлетворения требований о признании недействительными ненормативных правовых актов и незаконными решений и действий (бездействия) органов, осуществляющих публичные полномочия, должностных лиц, необходимо одновременное наличие двух условий: несоответствие их закону или иному нормативному правовому акту, а также нарушение прав и законных интересов заявителя.

По смыслу статей 65, 198, 200 Кодекса обязанность доказывания наличия права и факта его нарушения оспариваемыми актами, решениями, действием (бездействием) возложена на заявителя, обязанность доказывания соответствия оспариваемого правового акта, решения, действия (бездействия) закону или иному нормативному правовому акту, а также обстоятельств, послуживших основанием для их принятия (совершения), возлагается на орган или лицо, которые приняли данный акт, решение, совершили действие (допустили бездействие).

Таким образом, для признания оспариваемого решения и действия (бездействия) государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, должностных лиц незаконными суд должен установить наличие двух условий: оспариваемое решение и действие (бездействие) государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, должностных лиц не соответствуют закону или иному нормативному правовому акту; оспариваемое решение и действие (бездействие) государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, должностных лиц нарушают права и законные интересы заявителя в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.

Исследовав материалы дела, заслушав представителей сторон, оценив представленные доказательства в порядке, предусмотренном статьей 71 Кодекса, суд находит заявленные требования не подлежащими удовлетворению по следующим основаниям.

Организационные и правовые основы защиты конкуренции определены в Федеральном законе от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон № 135 ФЗ), который принят в целях обеспечения единства экономического пространства, свободного перемещения товаров, свободы экономической деятельности в Российской Федерации, защиты конкуренции и создания условий для эффективного функционирования товарных рынков.

Закон № 135-ФЗ направлен на предупреждение и пресечение монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции; предупреждение и пресечение недопущения, ограничения, устранения конкуренции, в частности, органами местного самоуправления в целях обеспечения единства экономического пространства, свободного перемещения товаров, свободы экономической деятельности в Российской Федерации, защиты конкуренции и создания условий для эффективного функционирования товарных рынков. Его целями являются обеспечение единства экономического пространства, свободного перемещения товаров, свободы экономической деятельности в Российской Федерации, защита конкуренции и создание условий для эффективного функционирования товарных рынков.

Согласно пункту 7 статьи 4 Закона № 135-ФЗ под конкуренцией понимается соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

В силу пункта 9 статьи 4 Закона № 135-ФЗ недобросовестной конкуренцией являются 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.

Из определения недобросовестной конкуренции, содержащегося в пункте 9 статьи 4 Закона № 135-ФЗ следует, что для признания действий хозяйствующего субъекта недобросовестной конкуренцией такие действия должны одновременно: совершаться хозяйствующим субъектом-конкурентом; быть направленными на получение преимуществ в предпринимательской деятельности; противоречить законодательству, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости; причинять (иметь возможность причинять) убытки другому хозяйствующему субъекту конкуренту либо наносить (иметь возможность наносить) вред его деловой репутации (причинение вреда).

При этом установлению подлежит вся совокупность вышеназванных обстоятельств, поскольку при недоказанности хотя бы одного из элементов состава действия лица не могут быть признаны актом недобросовестной конкуренции.

В пункте 30 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 04.03.2021 № 2 «О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением судами антимонопольного законодательства» (далее – Постановление Пленума ВС РФ № 2) разъяснено, что в силу запрета недобросовестной конкуренции хозяйствующие субъекты вне зависимости от их положения на рынке при ведении экономической деятельности обязаны воздерживаться от поведения, противоречащего законодательству и (или) сложившимся в гражданском обороте представлениям о добропорядочном, разумном и справедливом поведении (статья 10-bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности, пункты 3, 4 статьи 1 Гражданского кодекса, пункты 7 и 9 статьи 4 Закона № 135-ФЗ).

Нарушение хозяйствующим субъектом при ведении своей деятельности норм гражданского и иного законодательства, в том числе в случае неправомерного использования охраняемого результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации, само по себе не означает совершение акта недобросовестной конкуренции.

При рассмотрении спора о нарушении запрета недобросовестной конкуренции должны быть установлены в совокупности:

- факт осуществления хозяйствующим субъектом действий, способных оказать влияние на состояние конкуренции;
- отличие избранного хозяйствующим субъектом способа конкуренции на рынке от поведения, которое в подобной ситуации ожидалось бы от любого субъекта, преследующего свой имущественный интерес, но не выходящего за пределы осуществления гражданских прав и честной деловой практики;
- направленность поведения хозяйствующего субъекта на получение преимущества, в частности имущественной выгоды или возможности ее извлечения, при осуществлении экономической деятельности за счет иных участников рынка, в том числе посредством оказания влияния на выбор покупателей (потребителей), на возможность иных хозяйствующих субъектов, конкурирующих добросовестно, извлекать преимущество из предложения товаров на рынке, на причинение вреда хозяйствующим субъектам-конкурентам иными подобными способами (например, в результате использования (умаления) чужой деловой репутации).

В соответствии с абзацем 7 пункта 30 Постановления Пленума ВС РФ № 2 для доказывания факта недобросовестной конкуренции необходимо установление как специальных признаков, определенных нормами статей 14.1 - 14.7 Закона № 135-ФЗ, так и

общих признаков недобросовестной конкуренции, предусмотренных пунктом 9 статьи 4 Закона № 135-ФЗ, статьей 10.bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности.

Запрет действий, способных вызвать смешение, основан на положениях статьи 10.bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883, согласно которым запрещаются любые действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смешение в отношении предприятия, продуктов или промышленной или торговой деятельности конкурента.

В соответствии с пунктом 2 статьи 14.6 Закона № 135-ФЗ 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.

Перечень случаев смешения, приведенный в пунктах 1, 2 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции, не является исчерпывающим.

Предметом оценки и основанием квалификации действий по пункту 2 статьи 14.6 Закона № 135-ФЗ является визуальное смешение товаров в обороте, а в предмет доказывания входит сходство до степени смешения одноименного товара двух производителей при введении в оборот одним из них товара с определенным внешним видом в более ранние периоды.

Общими признаками недобросовестной конкуренции являются совершение 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 или иных элементов, индивидуализирующих хозяйствующего субъекта - конкурента и (или) его товар.

Согласно пункту 5 письма Федеральной антимонопольной службы России «О практике доказывания нарушений, квалифицируемых в соответствии с пунктом 2 статьи 14.6 Закона о

защите конкуренции» от 30.06.2017 № АК 44651/17 (далее – письмо ФАС от 30.06.2017 № АК 44651/17) во избежание формирования противоречивой практики следует проверять наличие в действиях предполагаемого нарушителя существенного признака недобросовестной конкуренции - направленности действий на причинения ущерба конкуренту, а также обосновывать наличие ущерба либо угрозы причинения такого ущерба, причем не формальным методом (исходя из презумпции того, что любое нарушение подразумевает получение преимуществ и причиняет ущерб тем, кто соблюдает установленные ограничения), а на основании конкретных доказательств и документов.

При этом квалифицирующим признаком действий, составляющих акт недобросовестной конкуренции, в том числе образующих состав предусмотренного статьей 14.6 Закона № 135-ФЗ правонарушения, может являться как факт причинения ущерба, так и объективная вероятность его причинения.

Также следует учитывать, что копирование или имитация товара нарушителем в некоторых случаях могут повлечь не только (и не столько) перераспределение спроса на рынке, но угрожают деловой репутации бизнеса заявителя в случае, если изготовителем товара (поставщиком услуги) не поддерживаются требования к качеству работы, на которые рассчитывает потребитель, введенный в заблуждение фактом копирования элементов индивидуализации другого участника рынка.

В рассматриваемом случае объективной стороной вмененного правонарушения является производство и реализация бутилированной минеральной воды «Рокада», элементы дизайна которой имитируют дизайн бутилированной минеральной воды «Боржоми», а также создание смешения с товарным знаком «Боржоми» и угроза причинения данными действиями ООО «ИДС Боржоми» существенного ущерба путем перераспределения потребительского спроса в пользу товара конкурента-нарушителя в результате ошибочного приобретения потребителем товаров нарушителя.

В соответствии с письмом Федеральной антимонопольной службы России от 22.08.2018 № АД/66643/18 «По вопросу о разграничении применения статей 14.2 и 14.6 Закона о защите конкуренции» (далее – письмо ФАС России от 22.08.2018 № АД/66643/18) под смешением в целом следует понимать ситуацию, когда потребитель одного товара (услуги) отождествляет его с другим товаром (услугой) либо допускает, несмотря на заметные отличия, производство двух указанных товаров (оказание услуг) одним лицом. Таким образом, при смешении возникает риск введения потребителя в заблуждение относительно производителя товара (лица, оказывающего услуги).

В качестве акта недобросовестной конкуренции в форме смешения рассматривается использование обозначений, которые способны нести функцию индивидуализации.

Согласно письму ФАС России от 30.06.2017 № АК/44651/17 имитация внешнего вида товара представляет собой своеобразное подражание товару конкурента с целью создания у покупателей впечатления о принадлежности таких товаров линейке имитируемых товаров.

Следовательно индикаторами, раскрывающими понятие имитации, можно считать вопросы о том:

подражает ли один товар другому товару с целью создания впечатления о принадлежности таких товаров одной линейке;

полагают ли потребители, что товары (объекты) в принципе принадлежат одному бренду или производителю или же разным.

Таким образом, если потребитель считает, что два товара принадлежат одному производителю и при этом внешний вид одного товара подражает внешнему виду другого товара, следовательно, эти товары создают впечатление принадлежащих одной линейке, то есть один имитирует другой.

С учетом изложенного, предметом рассмотрения по данной категории дел является не только установление факта копирования (имитации) как таковое, а воздействие такой тактики лица, в отношении которого подано заявление, на конкурентную среду, выражающееся в возможном смешении товаров разных производителей, оформленных с использованием сходных элементов дизайна, цветовой гаммы и т.п. В результате такого смешения потребитель при приобретении товара ошибочно принимает новый товар за давно ему известный, ориентируясь на знакомое ему обозначение, что вызывает отток потребительского спроса от товара правообладателя к товару со сходным до степени смешения обозначением.

В письме ФАС России от 22.08.2018 № АД/66643/18 отмечается, что, если форма товара или используемое при оформлении сочетание цветов устойчиво связаны в сознании потребителя с определенным производителем, несанкционированное использование их иными производителями может привести к смешению.

При этом следует исходить из того, что смешение, влекущее возможность приобрести один товар вместо другого, является вероятностным фактором оборота товара на рынке, где выбор его осуществляется самостоятельно потребителем по ряду субъективных критериев, допускающих ошибку с учетом остроты зрения потребителя, имеющегося/затраченного на выбор конкретной упаковки товара времени, степени запоминания наименования конкретного продукта и т.п. В связи с этим следует исключить случаи, когда выбор товара осуществляется на основании исключительно объективных функциональных характеристик (в точном соответствии с описанием технических и функциональных характеристик, как в ходе закупок, где независимо от способов оформления товара изготовитель устанавливается на основании документов) либо с участием квалифицированных специалистов и по конкретной

марке/производителю/показаниям к применению (реализация в аптеке лекарственных препаратов, не находящихся в свободном доступе) (пункт 4 письма ФАС России от 30.06.2017 № АК/44651/17).

Суд соглашается с позицией управления о том, что материалами настоящего дела не подтверждается наличие в действиях ООО «Рокадовская» совокупности перечисленных признаков недобросовестной конкуренции.

В соответствии с пунктом 2 части 5 статьи 44 Закона № 135-ФЗ при рассмотрении заявления или материалов антимонопольный орган устанавливает наличие признаков нарушения антимонопольного законодательства и определяет нормы, которые подлежат применению.

Из положений части 5.1 статьи 45 Закона № 135-ФЗ следует, что при рассмотрении дела о нарушении антимонопольного законодательства антимонопольный орган проводит анализ состояния конкуренции в объеме необходимом для принятия решения о наличии или об отсутствии нарушения антимонопольного законодательства.

В соответствии с пунктом 10.6 Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, утвержденного Приказом ФАС России от 28.04.2010 № 220, в отношении дел, возбужденных по статьям 14.1 - 14.8 Закона № 135-ФЗ, анализ состояния конкуренции на товарном рынке включает следующие этапы:

- а) определение временного интервала исследования товарного рынка;
- б) определение продуктовых границ товарного рынка. Определение продуктовых границ товарного рынка может производиться исходя из предмета договоров, заключаемых хозяйствующим субъектом (в том числе, в отношении которого поданы в антимонопольный орган заявление, материалы) по поводу товара, предлагаемого им к продаже;
- в) определение географических границ товарного рынка;
- г) определение состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке, в объеме установления фактических конкурентных отношений между хозяйствующим субъектом, в действиях (бездействии) которого обнаружены признаки недобросовестной конкуренции, и хозяйствующим субъектом, которому указанными действиями (бездействием) причинены или могут быть причинены убытки либо нанесен или может быть нанесен вред его деловой репутации.

В ходе проведения анализа состояния конкуренции заинтересованным лицом были установлены следующие обстоятельства.

Для целей проведения ретроспективного анализа состояния конкурентной среды на товарном рынке временным интервалом исследования антимонопольным органом определен период с 08.08.2023 (дата поступления заявления от ООО «ИДС Боржоми» о реализации ООО

«Рокадовская» бутилированной минеральной воды «Рокада», элементы дизайна которой имитируют дизайн бутилированной минеральной воды «Боржоми») по дате проведения исследования.

В соответствии с информацией из Единого государственного реестра юридических лиц ООО «ИДС Боржоми» (ОГРН 1067746785204, ИНН 7703599366) зарегистрировано Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы № 46 по г. Москве 07.07.2006. Основным видом деятельности общества является «Производство безалкогольных напитков; производство упакованных питьевых вод, включая минеральные воды» (ОКВЭД 11.07). Одним из дополнительных видов деятельности является «Торговля оптовая соками, минеральной водой и прочими безалкогольными напитками» (ОКВЭД 46.34.1).

В соответствии с информацией, предоставленной ООО «ИДС Боржоми» общество является официальным дистрибьютором, реализующим минеральную воду «Боржоми» в Российской Федерации (контракт от 24.12.2019 № 090/19), уполномоченным своего имени продвигать на рынке продукцию правообладателей (АйДиЭс Боржоми Бевереджис Ко Н.В. и Ассоциация «Грузинское Стекло и минеральные Воды»).

В соответствии с информацией из Единого государственного реестра юридических лиц ООО «Рокадовская» зарегистрировано Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы № 11 Ставропольскому краю 09.08.2004. Основным видом деятельности общества является «Производство упакованных питьевых вод, включая минеральные воды» (ОКВЭД 11.07.1). Одним из дополнительных видов деятельности является «Торговля оптовая соками, минеральной водой и прочими безалкогольными напитками» (ОКВЭД 46.34.1).

Учитывая вышеизложенное, продуктовыми границами товарного рынка является оптовая реализация бутилированной минеральной воды.

Географические границы товарного рынка определены как границы Российской Федерации.

Исходя из цели исследования товарного рынка состав хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке, был установлен в объеме фактических конкурентных отношений между хозяйствующим субъектом, в действиях (бездействии) которого обнаружены признаки недобросовестной конкуренции - ООО «Рокадовская» и хозяйствующими субъектами, которым указанными действиями (бездействием) причинены или могут быть причинены убытки - ООО «ИДС Боржоми», Непредпринимательское (некоммерческое) юридическое лицо Ассоциация «Грузинское стекло и минеральные Воды» и АйДиЭс Боржоми Бевереджис Ко Н.В.

Таким образом, анализ состояния конкуренции на товарном рынке оптовой реализации бутилированной минеральной воды показал, что деятельность ООО «ИДС Боржоми» и ООО

«Рокадовская» на одном товарном рынке с учетом временного интервала, продуктовых и географических границ является обстоятельством, свидетельствующим о наличии конкурентных отношений между этими субъектами.

Суд считает, что указанный анализ соответствует закону и выполнен в объеме, необходимом для принятия решения о наличии или отсутствии нарушения антимонопольного законодательства.

В рамках рассмотрения дела № 026/01/14.6-2275/2023 о нарушении антимонопольного законодательства заявителем было представлено Экспертное заключение от 06.06.2023 № Э604/2023 о проверке наличия признаков копирования или имитация, способных вызвать смешение с деятельностью хозяйствующего субъекта - конкурента, подготовленное обществом с ограниченной ответственностью «Национальное бюро экспертизы интеллектуальной собственности» (ИНН 7727185029).

В указанном экспертном заключении эксперт приходит к выводу, что во внешнем виде товара минеральная вода «ROKADA» имеются признаки имитации внешнего вида, упаковки, этикетки, цветовой гаммы, фирменного стиля в целом товара минеральная вода «Боржоми».

ООО «Рокадовская», в свою очередь, было представлено заключение от 04.04.2024 № ДТИ-1602-13 по итогам проведенного с 25.01.2024 по 05.03.2024 дизайн-технологического исследования, подготовленное обществом с ограниченной ответственностью «Научно-исследовательский институт защиты интеллектуальной собственности» (ИНН 7720481780), в котором эксперты приходят к противоположным выводам.

Антимонопольное законодательство не придает никаким видам доказательств заранее установленной силы, в связи с чем они должны оцениваться наравне с иными доказательствами в совокупности. Таким образом, антимонопольный орган может в решении прийти к выводам, не соответствующим выводам экспертиз, заключений и справок, в случае если они будут опровергаться иными доказательствами либо их достоверность будет критически оценена антимонопольным органом.

С целью установления признаков имитации в действиях ООО «Рокадовская» при изготовлении спорного товара комиссией управления был проведен сравнительный анализ пластиковой бутылки минеральной воды «ROKADA» объемом 500 мл. (изготовитель: общество с ограниченной ответственностью «Рокадовские минеральные воды», дата изготовления 16.11.2023) и пластиковой бутылки минеральной воды «BORJOMI» объемом 500 мл. изготовитель: IDS Borjomi Georgia, A Georgian Branch of IDS Borjomi Beverages Co.N.V., дата изготовления 27.08.2023), в результате которого было установлено следующее.

Общий вид бутылки.

Обе бутылки минеральной воды («ROKADA» и «BORJOMI») изготовлены из прозрачного пластика (без вкраплений и переходов цвета). Бутылки плавной и вытянутой цилиндрической формы, круглые в сечении, с коротким полностью закрытым крышечкой горлышком. Дно бутылок выпуклое лепестковидное, имеет 5 ножек (лепестков), которые выполняют функцию ребер жесткости.

На фронтальной части бутылки минеральной воды «BORJOMI» посередине имеется рельефное эмбоссированное изображение оленя — неизменный атрибут минеральной воды «BORJOMI». На бутылке минеральной воды «ROKADA» подобное изображение отсутствует.

Цвет пластика, из которого изготовлены бутылки минеральной воды «ROKADA» и «BORJOMI», имеет различные оттенки и тона бирюзового цвета, визуально отличается.

Крышка (колпачок).

Обе бутылки минеральной воды («ROKADA» и «BORJOMI») имеют пластиковую круглую крышку, которая навинчивается на резьбу на горлышке. Форма крышки обусловлена ее технической функцией.

У минеральной воды «BORJOMI» крышка полупрозрачная, у минеральной воды «ROKADA» - непрозрачная. Цвет пластика, из которого изготовлены крышки, визуально отличается, имеет различные оттенки и тона бирюзового цвета.

Сверху на крышку минеральной воды «BORJOMI» белым контрастным цветом нанесены слова «BORJOMI» (в центре) и «GEORGIAN NATURAL MINERAL WATER» (по кругу). На крышке минеральной воды «ROKADA» какие-либо надписи или изображения отсутствуют.

В связи с обязательной маркировкой минеральной воды в России сверху на крышки минеральной воды «BORJOMI» и минеральной воды «ROKADA» наклеены наклейки с графическим кодом. Вместе с тем, надписи, имеющиеся на крышке минеральной воды «BORJOMI», частично читаются.

Этикетка.

На бутылке минеральной воды «BORJOMI» размещено три этикетки. На фронтальной части бутылки размещены две этикетки: верхняя (кольеретка) и нижняя. Третья этикетка размещена на тыльной стороне бутылки.

Этикетка в верхней части бутылки (кольеретка) имеет форму трапеции с фигурным выступом снизу. В нижней части по обе стороны от выступа имеются две красные полосы. Цвет кольеретки белый. Посередине кольеретки крупным, хорошо читаемым шрифтом темно-синего цвета, буквами латинского алфавита, вертикально написано название бренда «BORJOMI». Более мелким шрифтом нанесены слова «FROM GEORGIAN MOUNTAINS» и цифры 1890.

Нижняя этикетка фронтальной части бутылки прямоугольной формы, верхний край имеет фигурную форму — повторяет форму горного массива. Снизу в центральной части этикетки расположена красная полоса. Посередине центральной части этикетки крупным, хорошо читаемым шрифтом темно-синего цвета, буквами латинского алфавита, горизонтально написано название «BORJOMI». Более мелким шрифтом под названием нанесены слова «GEORGIAN MINERAL WATER», а слева от названия цифры 1890 вертикально. В верхней части этикетки расположено изображение панорамы зеленой долины и круглого здания с колоннами и красной конусообразной крышей. На заднем плане изображены горы, покрытые льдом и снегом.

Этикетка, размещенная на тыльной стороне бутылки, прямоугольной формы, верхний край имеет фигурную форму — повторяет форму горного массива. Цвет этикетки белый. В верхней части этикетки имеется горизонтальная надпись шрифтом темно-синего цвета, буквами русского алфавита «БОРЖОМИ ВОДА МИНЕРАЛЬНАЯ ПРИРОДНАЯ ЛЕЧЕБНО-СТОЛОВАЯ ПИТЬЕВАЯ ГАЗИРОВАННАЯ». Также на этикетке имеется информация о составе воды, общей минерализации, о месте добычи, изготовителе, импортере, области применения, условиях хранения, объеме.

На основной части бутылки минеральной воды «ROKADA» размещена одна этикетка. Этикетка прямоугольной формы с ровными краями, размещена по всей окружности бутылки. Снизу по всей длине этикетки расположена красная узкая полоса. Посередине центральной части этикетки крупным, хорошо читаемым шрифтом темно-синего цвета, буквами латинского алфавита, горизонтально написано название «ROKADA». Более мелким шрифтом под названием указано: «Вода минеральная природная лечебно-столовая, питьевая газированная». В верхней части этикетки расположено изображение здания с колоннами, верандой с зонтиками, лестницей. Здание изображено на фоне зеленых насаждений. На заднем плане изображены горы, покрытые льдом и снегом. В верхней части этикетки расположен круг с золотым контуром, внутри которого красным цветом нанесены цифры 26 и слово «Нагутская».

На этикетке с тыльной стороны бутылки имеется горизонтальная надпись шрифтом черного цвета, буквами русского алфавита «ВОДА МИНЕРАЛЬНАЯ ПРИРОДНАЯ ЛЕЧЕБНО-СТОЛОВАЯ ПИТЬЕВАЯ ГАЗИРОВАННАЯ НАГУТСКАЯ-26». Также на этикетке имеется информация о составе воды, общей минерализации, о месте добычи, изготовителе, импортере, о показаниях к применению, условиях хранения, сроке годности, объеме, ГОСТ Р 54316-2020.

В результате проведенного сравнительного анализа пластиковых бутылок минеральной воды «ROKADA» и «BORJOMI» антимонопольный орган пришел к выводу, что общие

внешние признаки рассматриваемых упаковок товаров в части их формы и цветовой гаммы, являются традиционными для такого типа товаров, не влияют на определение сходства и (или) имитации и не могут свидетельствовать о недобросовестности производителя минеральной воды «ROKADA».

Кроме того, управлением установлено, что на этикетках сравниваемых товаров расположены оригинальные изобразительные и словесные элементы, позволяющие различать внешний вид минеральной воды «ROKADA» и «BORJOMI», что с высокой степенью вероятности исключает возможность смешения и введения среднестатистического потребителя в заблуждение относительно принадлежности сравниваемых товаров к линейке товаров одного производителя. На этикетках сравниваемых товаров используются словесные обозначения «BORJOMI» и «ROKADA». Указанные обозначения существенно отличаются друг от друга, в силу их фонетического (звукового), семантического (смыслового) и графического (визуального) отличия.

Кроме того, бутылке минеральной воды «BORJOMI» имеются дополнительные элементы: рельефное эмбоссированное изображение оленя и дополнительная этикетка в верхней части бутылки (кольеретка), на которой указано название бренда «BORJOMI». Указанные элементы способствуют повышению узнаваемости бренда, укреплению ассоциации потребителей с конкретным субъектом.

За счет наличия указанных элементов, отсутствующих на бутылке минеральной воды «ROKADA», дизайн минеральной воды «BORJOMI» обладает высокой различительной способностью, что в свою очередь снижает вероятность смешения продукции.

В соответствии с положениями абзацем 7 пункта 75 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (далее - Постановление № 10) вопрос об оценке товарного знака, исключительное право на который принадлежит правообладателю, и обозначения, выраженного на материальном носителе, на предмет их сходства до степени смешения не может быть поставлен перед экспертом, так как такая оценка дается судом с точки зрения обычного потребителя соответствующего товара, не обладающего специальными знаниями адресата товаров, для индивидуализации которых зарегистрирован товарный знак с учетом пункта 162 указанного постановления.

В абзаце 6 пункта 162 Постановления № 10 отмечено, что специальных знаний для установления степени сходства обозначений и однородности товаров и услуг не требуется.

Суд произвел сравнение спорных этикеток на предмет установления сходства до степени смешения между товарами заявителя и третьего лица. По мнению суда, наличие

некоторого сходства оформления не может свидетельствовать об угрозе смешения противопоставляемых упаковок, включая содержащихся на них обозначений.

Общие внешние признаки рассматриваемых упаковок в части формы бутылок (плавная, вытянутая, цилиндрическая), крышки (круглая, пластиковая, навинчивающаяся на резьбу на горлышке), цветовой гаммы (белый, синий его оттенки, зеленый и его оттенки, красный и его оттенки, серый и его оттенки), изобразительного элемента (горы) являются традиционными для товаров такого типа, в связи с чем не могут идентифицировать какого-либо одного производителя, то есть не обладают различительной способностью.

Вместе с тем, согласно абзацу 5 пункта 162 Постановления № 10 сходство лишь неохраемых элементов во внимание не принимается.

Кроме того, судом при рассмотрении вопроса о схожести упаковок рассматриваемых товаров до степени смешения (имитация упаковки) также учитывается наличие на упаковках товара различных по звучанию и внешнему виду оригинальных изобразительных и словесных элементов, которые в большей степени влияют на мнение среднестатистического потребителя о принадлежности этих упаковок одному и тому же или разным производителям.

На этикетках сравниваемых товаров используются словесные обозначения «BORJOMI» и «ROKADA» существенно отличающиеся отличаются друг от друга, в силу их фонетического (звукового), семантического (смыслового) и графического (визуального) отличия.

Фонетическое отличие обусловлено тем, что в сравниваемых обозначениях разное количество символов (букв), отсутствуют близкие и совпадающие звуки, отсутствуют совпадающие слоги, отсутствует вхождение одного обозначения в другое.

Семантическое отличие обусловлено следующим. Слово «BORJOMI» (Боржоми) это название долины, расположенной на территории национального парка «Боржоми-Харагаули», место где добывают одноименную минеральную воду, т.е. по существу указывает на место происхождения товара. Само название «Боржоми» происходит от двух грузинских слов: «Борж» «стена крепости» и «Оми» «война». По свидетельствам историков, войны в этих краях случались часто и местное население использовало горы как защитные крепости.

Слово «ROKADA» скорее всего происходит от наименования производителя минеральной воды общества с ограниченной ответственностью «Рокадовские минеральные воды», расположенного на территории особо охраняемого эколого-курортного региона Кавказских Минеральных Вод.

Графическое отличие обусловлено тем, что сравниваемые обозначения производят различное визуальное впечатление. Несмотря на то, что оба обозначения написаны буквами латинского алфавита, они выполнены различными шрифтами. Шрифт, которым написано обозначение «BORJOMI», характеризуется закругленными буквами. В то же время

обозначение «ROKADA» исполнено шрифтом с острыми углами. Написание указанных обозначений крупным контрастным шрифтом на белом фоне с высокой степенью вероятности исключает возможность смешения и введения среднестатистического потребителя заблуждение относительно принадлежности товаров одному бренду или одному производителю.

Этикетки минеральной воды «BORJOMI», размещенные на фронтальной част бутылки, зарегистрированы в качестве товарного знака (свидетельство № 867205), правообладателем которого является непредпринимательское (некоммерческое юридическое лицо Ассоциация «Грузинское стекло и Минеральные воды», Груз Боржомский район, село Квибиси, Территория АО «Грузинские минеральные воды - разливочный завод Боржоми № 2». Дата государственной регистрации 05.05.2022, дата истечения срока действия исключительного права 28.11.2029, приоритет 28.11.2019.

Этикетка минеральной воды «ROKADA» также зарегистрирована в качестве товарного знака (Свидетельство № 9877852), правообладателем которого является общество с ограниченной ответственностью «Рокадовские минеральные воды», 357230, Ставропольский край, Минераловодский район, с. Ульяновка, ул. Соборная 1. Дата государственной регистрации 12.12.2023, дата истечения срока действ исключительного права 05.04.2033, приоритет 05.04.2023.

Кроме того, на бутылке минеральной воды «BORJOMI» имеются дополнительные элементы: рельефное эмбоссированное изображение оленя и дополнительная этикетка в верхней части бутылки (кольеретка), на которой указано название бренда «BORJOMI». Указанные элементы способствуют повышению узнаваемости бренда, укреплению ассоциации потребителей с конкретным субъектом. За счет наличия указанных элементов, отсутствующих на бутылке минеральной воды «ROKADA», дизайн минеральной воды «BORJOMI» обладает высокой различительной способностью, что в свою очередь снижает вероятность смешения товаров.

Учитывая изложенное, суд приходит к заключению, что дизайн оформления бутылки минеральной воды ООО «Рокадовская» не имитирует внешний вид бутылки минеральной воды ООО «ИДС Боржоми».

Указанные выводы также подтверждаются заключением от 04.04.2024 № ДТИ-1602-13 по итогам проведенного с 25.01.2024 по 05.03.2024 дизайн-технологического исследования, представленным в материалы дела третьим лицом. Выводы основаны на детальном сравнении дизайна, стилистических и цветовых решений конкурентов, а также подробно аргументированы.

При смешении продукция хозяйствующего субъекта по тем или иным параметрам настолько напоминает продукцию конкурента, что потребитель способен принять его товар за товар конкурента. Имитация внешнего вида товара представляет собой своеобразное подражание товару конкурента с целью создания у покупателей впечатления о принадлежности таких товаров линейке имитируемых товаров.

Всегда существуют отдельные потребители, которые могут быть чрезмерно рассеянными или по другим причинам часто путают товары и производителей.

Равным образом, существует категория потребителей, которые очень наблюдательны или хорошо информированы о приобретаемых товарах и их производителях. При оценке сходства (имитации) сравниваемых товаров нецелесообразно ориентироваться на указанные выше узкие группы потребителей, поскольку они не отражают общее положение на рынке. По общему правилу, оценка опасности смешения должна производиться, исходя из вероятного восприятия среднего потребителя, который предполагается в разумной степени информированным и осмотрительным при покупке соответствующих товаров или услуг.

Факт имитации должен устанавливаться с позиции рядового потребителя, учитывая общие зрительное впечатление, которое производит внешний вид товаров (включая неохраняемые или функциональные элементы) в целом. Этот факт не требует проведения экспертизы.

Вероятность смешения может усиливаться в случае имитации товаров невысокой ценовой категории, а также имитации товаров невысокой ценовой или средней ценовой категории, относящиеся к товарам спонтанного (импульсивного) или повседневного спроса.

К товарам спонтанного (импульсного) спроса традиционно относятся жевательная резинка, шоколадные батончики, мелкие сладости и другие товары, находящиеся в прикассовой зоне магазинов. Покупатели, находясь в очереди в кассу, зачастую ничем не заняты и по этой причине в большей степени подвержены воздействию рекламных материалов и не имеют много времени для детального изучения товаров.

Минеральная вода «BORJOMI» относится к классу «люкс» высокой ценовой категории, и не относится к товарам спонтанного (импульсного) спроса. Следовательно приобретение такого товара предполагает высокую степень внимательности и осмотрительности со стороны покупателя, что минимизирует создание вероятности неосознанного выбора в пользу товара конкурента.

С учетом того, что сравниваемые минеральные воды относятся лечебно-столовым водам, имеют определенные показания к применению, их употребление рекомендуется исключительно по рекомендации врача. Следовательно, отсутствуют основания полагать, что минеральная вода относится к такой категории товаров, при покупке которых средний

потребитель не склонен проявлять повышенную степень внимательности и осмотрительности, затрачивает на их выбор минимальное время и приобретает их в основном по привычке, основываясь на предыдущем опыте покупки и руководствуясь лишь уже имеющимся впечатлением от внешнего вида товара.

При таких обстоятельствах суд приходит к выводу, что из противопоставляемых упаковок, используемых третьим лицом и заявителем, с очевидностью следует, что упаковки ООО «Рокадовская» не могут быть признаны сходными до степени смешения с упаковками ООО «ИДС Боржоми», поскольку наличие различных элементов, в том числе словесных, полностью исключает возможность смешения данных товаров потребителем, а равно возможность возникновения у потребителя впечатления принадлежности спорных товаров одному производителю.

Суд соглашается с позицией антимонопольного органа о критической оценке представленных заявителем результатов социологического исследования от 18.07.2024, проведенного АО «ВЦИОМ», поскольку полагает, что они подтверждают лишь наличие отдельных сходных элементов (в том числе общепринятых для упаковок минеральной воды), но не свидетельствуют о наличии возможности смешения минеральной воды «ROKADA» и «BORJOMI» и, соответственно, не свидетельствуют о наличии признаков недобросовестной конкуренции, запрет на которую установлен пунктом 2 статьи 14.6 ФЗ № 135-ФЗ.

Формулировка вопросов должна быть объективной и нейтральной, стремиться к простоте и доступности. также вопросы не должны быть наводящими и сложными для восприятия (пункт 2 Информационной справки о выявленной методологии оценки судами результатов опроса мнения потребителей, утв. Постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 18.08.2022 № СП-21/15 (далее – Информационная справка)).

При проведении социологического исследования по заказу заявителя анкетные вопросы были построены в порядке, который может приводить к эффекту последовательности (влияние одного из условий эксперимента на следующее за ним), а формулировки вопросов содержат элементы наведения респондентов на ответ, что противоречит пункту 2.3.2 Информационной справки.

Кроме того, выводы исследования репрезентируют лишь респондентов-потребителей Ставропольского края, в то время как географические границы товарного рынка бутилированной минеральной воды «ROKADA» и «BORJOMI» определены как границы Российской Федерации.

Вышеуказанные обстоятельства ставят под сомнение корректность интерпретации полученных при проведении социологического исследования данных.

Представленное заявителем в рамках рассмотрения дела № 026/01/14.6-2275/2023 о нарушении антимонопольного законодательства Экспертное заключение от 06.06.2023 № Э604/2023 обоснованно не принято управлением во внимание. Оценив указанное заключение в совокупности с другими доказательствами, заинтересованное лицо правомерно пришло к выводам, не соответствующим выводам эксперта.

Исследовав, в соответствии со статьей 71 Кодекса все обстоятельства дела, оценив относимость, допустимость, достоверность каждого из имеющегося в материалах дела доказательства в отдельности, а также достаточность и взаимную связь доказательств в их совокупности, суд считает, что оформление упаковки бутилированной минеральной воды «ROKADA» не имитирует внешний вид товара заявителя - бутилированной минеральной воды «BORJOMI», поэтому комиссия управления правомерно прекратила рассмотрение дела о нарушении антимонопольного законодательства в связи с отсутствием в действиях ООО «Рокадовская» нарушения антимонопольного законодательства, предусмотренного пунктом 2 статьи 14.6. Закона № 135-ФЗ.

Принятый антимонопольным органом ненормативный правовой акт соответствует установленным обстоятельствам и материалам дела, отвечает положениям Закона № 135-ФЗ, и не нарушает права и законные интересы заявителя в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности, не создает иные препятствия для осуществления предпринимательской и иной экономической деятельности, в связи с чем правовые основания для удовлетворения заявленных требований отсутствуют.

Суд признает несостоятельным и отклоняет довод заявителя о том, что принимая оспариваемый ненормативный акт, антимонопольный орган вышел за пределы своих полномочий, установленных Законом № 135-ФЗ, Положением о Федеральной антимонопольной службе, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 30.06.2004 № 331 (далее – Положение) в силу следующего.

В соответствии с пунктом 1 Положения Федеральная антимонопольная служба России (далее – ФАС России) является уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору за соблюдением законодательства в сфере конкуренции на товарных рынках, в том числе осуществляющим контроль и надзор за соблюдением коммерческими и некоммерческими организациями, федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления антимонопольного законодательства, законодательства о естественных монополиях, законодательства о рекламе (в части установленных законодательством полномочий антимонопольного органа), законодательства о

государственном оборонном заказе, законодательства в сфере государственного регулирования цен (тарифов) на товары (услуги) в пределах своей компетенции.

Согласно пункту 4 Положения ФАС России осуществляет свою деятельность непосредственно и через свои территориальные органы во взаимодействии с другими федеральными органами исполнительной власти, Центральным банком Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, общественными объединениями и иными организациями.

В соответствии с частью 1 статьи 23 Закона № 135-ФЗ к полномочиям антимонопольного органа относятся в том числе возбуждение и рассмотрение дел о нарушениях антимонопольного законодательства.

Частью 1 статьи 39 Закона № 135-ФЗ предусмотрено, что антимонопольный орган в пределах своих полномочий возбуждает и рассматривает дела о нарушениях антимонопольного законодательства, принимает по результатам их рассмотрения решения и предписания, привлекает к ответственности за нарушение антимонопольного законодательства коммерческие и некоммерческие организации.

Согласно части 3 статьи 39 Закона № 135-ФЗ дело о нарушении антимонопольного законодательства может рассматриваться антимонопольным органом по месту совершения нарушения либо по месту нахождения или месту жительства лица, в отношении которого подаются заявление или материалы. Федеральный антимонопольный орган вправе рассматривать указанное дело независимо от места совершения нарушения либо места нахождения или места жительства лица, в отношении которого подаются заявление или материалы.

Таким образом, часть 3 статьи 39 Закона № 135-ФЗ устанавливает два самостоятельных критерия для определения компетенции территориальных органов, при выявлении которых территориальный антимонопольный орган вправе самостоятельно рассмотреть заявление, материалы, дело о нарушении антимонопольного законодательства без направления запроса полномочий в ФАС России и без передачи материалов в иной антимонопольный орган.

И только в случае, если ни один из указанных критериев не выявлен, территориальный орган разрешает вопрос о подведомственности рассматриваемых материалов либо путем передачи материалов в уполномоченный территориальный орган, либо путем направления запроса полномочий в ФАС России.

В соответствии с информацией из Единого государственного реестра юридических лиц местом нахождения юридического лица - общества с ограниченной ответственностью «Рокадовские минеральные воды» (ОГРН 1047796585011, ИНН 7701551496) является Ставропольский край, р-н Минераловодский, с. Ульяновка, ул. Соборная, двлд. 1.

Таким образом, заинтересованным лицом был выявлен один из самостоятельных критериев, установленных частью 3 статьи 39 Закона № 135-ФЗ для определения компетенции территориальных органов, при выявлении которых территориальный антимонопольный орган вправе самостоятельно рассмотреть заявление, материалы, дело о нарушении антимонопольного законодательства без направления запроса полномочий в ФАС России и без передачи материалов в иной антимонопольный орган.

Следовательно, возбужденное в отношении ООО «Рокадовская» дело № 026/01/14.6-2275/2023, было правомерно рассмотрено уполномоченным антимонопольным органом, поскольку третье лицо зарегистрировано на территории деятельности управления Федеральной антимонопольной службы по Ставропольскому краю.

Действия третьего лица по созданию внешнего вида (дизайна) бутилированной минеральной воды «Рокада», которая по мнению ООО «ИДС Боржоми» якобы имитирует внешний вид бутилированной минеральной воды «Боржоми», осуществлялись по месту нахождения (осуществления деятельности) ООО «Рокадовская» - на территории Ставропольского края.

Кроме того, дело № 026/01/14.6-2275/2023 по вопросу наличия в действиях ООО «Рокадовская» признаков недобросовестной конкуренции было возбуждено по обращению непосредственно самого заявителя.

Учитывая изложенное, доводы заявителя об отсутствии у заинтересованного лица полномочий по рассмотрению дела № 026/01/14.6-2275/2023 отклоняются судом как противоречащие действующему законодательству.

Доводы сторон, не нашедшие отражения в настоящем решении, не имели существенного значения и не могли повлиять на правильность изложенных в нём выводов с учетом, представленных в материалах дела доказательств.

Согласно части 3 статьи 201 Кодекса в случае, если арбитражный суд установит, что оспариваемый ненормативный правовой акт, решения и действия (бездействие) органов, осуществляющих публичные полномочия, должностных лиц соответствуют закону или иному нормативному правовому акту и не нарушают права и законные интересы заявителя, суд принимает решение об отказе в удовлетворении заявленного требования.

В соответствии с частью 1 статьи 110 Кодекса расходы по уплате государственной пошлины относятся на заявителя.

В материалах электронного дела в картотеке арбитражных дел документы имеются в полном объеме (в электронном виде).

В соответствии с пунктом 3.3.6 Инструкции, утвержденной Постановлением Пленума ВАС РФ от 25.12.2013 № 100 «Об утверждении Инструкции по делопроизводству в

арбитражных судах Российской Федерации (первой, апелляционной и кассационной инстанций)» изучение документов, поступивших в арбитражный суд в электронном виде, осуществляется судьями при помощи имеющихся в распоряжении суда технических средств.

При необходимости по требованию судьи такие документы могут быть распечатаны его помощниками/специалистами судебного состава.

Руководствуясь статьями 167 – 171, 201 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, Арбитражный суд Ставропольского края

Р Е Ш И Л:

в удовлетворении заявленных требований отказать.

Решение суда может быть обжаловано через Арбитражный суд Ставропольского края в Шестнадцатый арбитражный апелляционный суд в месячный срок со дня его принятия (изготовления в полном объеме), в двухмесячный срок в Арбитражный суд Северо-Кавказского округа при условии, что оно было предметом рассмотрения арбитражного суда апелляционной инстанции или суд апелляционной инстанции отказал в восстановлении пропущенного срока подачи апелляционной жалобы.

Судья

В.В. Галушка