

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 73-09.09.2025
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Калининградской области

Запрос рассмотрен 6 членами Комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (далее - СРО).

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка): 09.09.2025 – 18.09.2025.

Описание продукта

Две упаковки рыбных консервов. На одной изображен образ рыбы на сине-оранжевом фоне, логотип «NORD PILGRIM» и текст: «Печень трески натуральная Произведено из охлажденного сырья», на другой - на коричнево-желтом фоне логотип «Рыбная деревня» и текст: «Печень трески атлантической».

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Калининградской области (далее — УФАС), где находится на рассмотрении дело о нарушении антимонопольного законодательства п.2 ст.14.6 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции».

ООО «Аврора+» считает, что ООО «Рыбзавод «За Родину» производит и впоследствии реализует на территории Российской Федерации товар «рыбные консервы (печень трески)» в упаковке товара, имитирующей внешний вид её упаковки товара.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемым упаковкам товара на предмет наличия/отсутствия нарушений.

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО по просьбе УФАС осуществило оценку соответствия данных упаковок требованиям законодательства Российской Федерации о конкуренции.

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос №1. Схожи ли упаковки товара Заявителя и товара Ответчика?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (16,7%)

Вопрос № 2. Схожи ли элементы оформления упаковки Заявителя и элементы оформления упаковки Ответчика по форме (внешний вид)?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (16,7%)

Вопрос № 3. Схожи ли элементы оформления упаковки Заявителя и элементы оформления упаковки Ответчика по наличию симметрии?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (16,7%)

Вопрос № 4. Схожи ли элементы оформления упаковки Заявителя и элементы оформления упаковки Ответчика по набору и сочетанию цветов (цветовая гамма)?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (16,7%)

Вопрос № 5. Схожи ли элементы оформления упаковки Заявителя и элементы оформления упаковки Ответчика по виду и характеру изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное)?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (16,7%)

Вопрос № 6. Схожи ли элементы оформления упаковки Заявителя и элементы оформления упаковки Ответчика по характеру и расположению элементов?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (16,7%)

Вопрос № 7. Схожи ли элементы оформления упаковки Заявителя и элементы оформления упаковки Ответчика по общему смысловому значению?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 2 эксперта ответили ДА (33,3%)

Вопрос № 8. Схожи ли элементы оформления упаковки Заявителя и элементы оформления упаковки Ответчика по фирменному стилю?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (16,7%)

Вопрос № 9. Создает ли впечатление оформление данных упаковок, что продукцию под ними выпустила: одна и та же компания; разные, но связанные компании; разные, но не связанные между собой компании

Эксперты большинством голосов ответили РАЗНЫЕ, НО НЕ СВЯЗАННЫЕ МЕЖДУ СОБОЙ КОМПАНИИ, лишь 1 эксперт ответил ОДНА И ТА ЖЕ КОМПАНИЯ (16,7%)

Вопрос №10. Упаковка товара Ответчика подражает ли внешнему виду упаковки товара Заявителя с целью создания у покупателей впечатления о принадлежности товаров с такими упаковками одной линейке?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (16,7%)

Вопрос №11. По какому-либо признаку оформления упаковка товара Ответчика подражает внешнему виду упаковки товара Заявителя с целью создания у покупателей впечатления о принадлежности товаров с таким упаковками одной линейке:

- а) форма (внешний вид);*
- б) наличие или отсутствие симметрии;*
- в) набор и сочетание цветов (цветовая гамма);*
- г) вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное);*
- д) характер и расположение элементов;*
- е) общее смысловое значение;*
- ж) фирменный стиль.*

Три эксперта отметили пункт "е" как один продукт печенье трески; один эксперт указал на схожесть типа шрифта и еще один эксперт не увидел схожести упаковок, кроме характеристик, обусловленные технологией производства.

Вопрос № 12. Упаковка товара Ответчика имитирует ли упаковку товара Заявителя?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (16,7%)

Вопрос № 13. Возможно в случае покупки товаров в упаковках Заявителя и Ответчика перепутать их?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (16,7%)

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Большинство экспертов не видят нарушений требований Федерального закона «О конкуренции».

По закону претензий быть не может. Все положенные отличия соблюдены.

Либо в запросе некорректно представлены изображения, либо между упаковками нет ни малейшего сходства.

Для выяснения вопросов сходства упаковок существуют отработанные механизмы - заключение у специалистов (обычно патентных поверенных) или опросы потребителей.

На вопрос, могут ли потребители перепутать бренды ответить сложно, так как непонятна степень лояльности к тому или иному бренду и значение бренда и упаковки в данной категории. При регулярных покупках перепутать вряд ли возможно. При покупке пару раз в год, скорее всего, перепутать можно.

Особое мнение

Один эксперт высказал особое мнение, что сходство упаковок на грани. Скорее да, чем нет. Усталый или невнимательный покупатель может перепутать.

Решение

1.Нарушения положений п.2 ст.14.6 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» не выявлены.

2. Рекомендовать заявителю заказать экспертизу у патентных поверенных или провести опросы потребителей.

