

# Реализация компанией «СПС «РКЗПТ» водок «FINSKA VOLOST» и «FINZKA RIVER» - акт недобросовестной конкуренции по отношению к компании «Русь-Алко»

28 апреля 2011, 14:34

25 апреля 2011 года Комиссия Федеральной антимонопольной службы (ФАС России) признала действия компании «СПС «РКЗПТ» (ООО) на товарном рынке алкогольной продукции Российской Федерации актом недобросовестной конкуренции. В нарушение пункта 2 части 1 статьи 14 Закона «О защите конкуренции» компания «СПС «РКЗПТ» (ООО) реализовывала водки «FINSKA VOLOST» и «FINZKA RIVER» с этикеткой, вводящей в заблуждение в отношении производителя товара.

Комиссия ФАС России установила:

Компания «Русь–Алко» (ООО) осуществляет деятельность на товарном рынке алкогольной продукции Российской Федерации и с 2008 года реализует водку «FINKA» с использованием оригинального вида этикетки.

Компания «СПС «РКЗПТ» (ООО) осуществляет деятельность этом же товарном рынке и реализует водки «FINSKA VOLOST» и «FINZKA RIVER».

Результаты социологического опроса населения по вопросу о сходстве бутылок водки «FINZKA RIVER» и водки «FINKA» показали:

- 69% респондентов считают бутылки водки «FINZKA RIVER» и водки «FINKA» похожими в той или иной мере;
- 57% респондентов полагают, что эти водки производятся одной компанией;
- 41% респондентов считают, что у тестируемых бутылок сходная форма;
- 47% определяют форму бутылок как фактор различия.

Респонденты считают сходными цветовую гамму оформления и дизайн в целом;

- 54% опрошенных склонны считать изобразительные элементы этикетки и формы бутылки сходными. Наиболее похожий, по мнению респондентов, элемент – форма бутылок (85%);
- 84% высоко оценивают степень сходства дизайна в целом;
- 63% респондентов считают, что обычный потребитель может перепутать данные марки при покупке;
- 53% считают, что и сами могут совершить ошибку в магазине;
- 72% считает, что эти водки можно воспринять как единую линейку.

В отношении сходства бутылок водки «FINSKA VOLOST» и водки «FINKA»:

- 77% респондентов считают бутылки водки «FINSKA VOLOST» и водки «FINKA» похожими в той или иной мере;
- 64% из них думает, что эти продукты одного производителя;
- 42% респондентов одним из основных элементов сходства обозначают фоновое

изображение этикетки;

- 31% - форму бутылки и

27% - цветовую гамму оформления;

- 48% видят в форме бутылки различие;

- 64% опрошенных оценивают изобразительные элементы этикетки и формы бутылки скорее как одинаковые, чем различные.

Отдельные параметры признают одинаковыми до 87-90% опрошенных: форму бутылок и дизайн в целом, используемые цвета;

66% респондентов считают, что обычный покупатель с более высокой вероятностью перепутает эти бутылки при покупке в магазине;

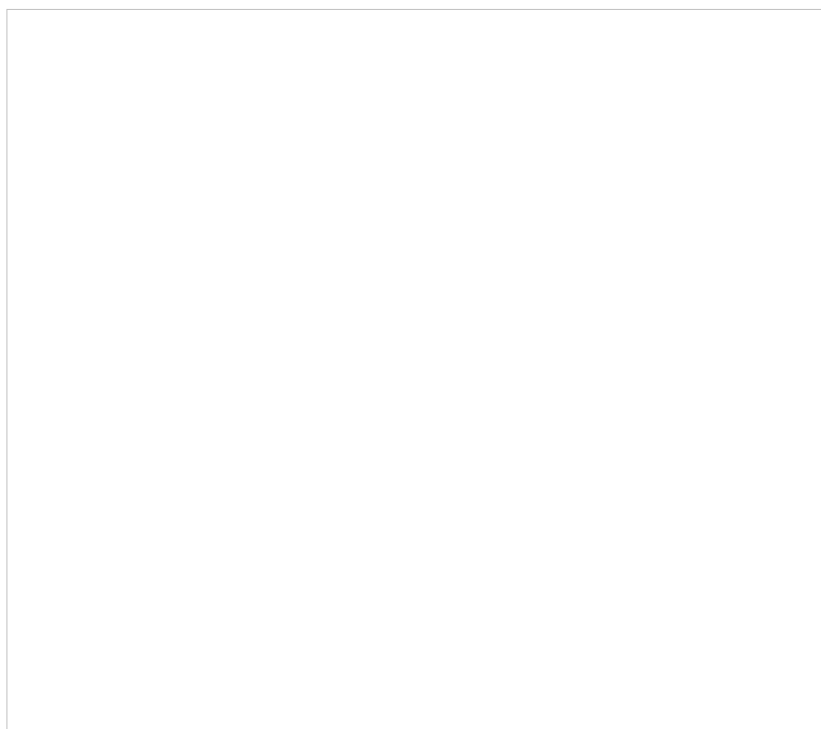
- 57% оставляют возможность подобной ошибки и за собой; 75% считают, что эти продукты можно воспринять как часть единой продуктовой линейки.

Комиссия ФАС России пришла к выводу, что реализация ООО «СПС «РКЗПТ» водок «FINSKA VOLOST» и «FINZKA RIVER» с использованием дизайнерских решений, применяемых ООО «Русь–Алко» при оформлении бутылки водки «FINKA», приводит к смешению продукции разных производителей, что вводит потребителей в заблуждение в отношении производителя водок «FINSKA VOLOST» и «FINZKA RIVER».

«С марта прошлого года это уже четвертый акт недобросовестной конкуренции на товарном рынке водки, связанный с копированием этикетки водки «FINKA» компании «Русь – Алко», - подчеркнул начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Николай Карташов.

Справка

Согласно пункту 2 части 1 статьи 14 Закона «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция, связанная с введением в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителя.



Следите за новостями ФАС России в [Twitter](#) и [Facebook](#).

