

Эксперты рассмотрели спорные вопросы по сходству товаров на рынке

20 декабря 2017, 10:17

Члены экспертных советов ФАС по рекламе и НДК нашли признаки нарушения антимонопольного законодательства в упаковке колбасы «Вобвязке», а также в действиях компании, владеющей косметическим брендом LULU, и фармкомпании «Байер»

15 декабря 2017 года в ФАС России состоялось совместное заседание Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и Экспертного совета по применению законодательства о недобросовестности конкуренции при ФАС России.

На заседании рассматривался ряд вопросов, связанных с дизайном товаров, схожих до степени смешения.

Выслушав доводы заявителя - производителя вареной колбасы под торговым названием «Вязанка», члены экспертных советов приняли решение о том, что дизайн упаковки колбасы «Вобвязке» производства «Сибирской продовольственной компании» схож до степени смешения с колбасой «Вязанка» компании «Стародворские колбасы».

«Элементы дизайна рассматриваемой продукции «Сибирской продовольственной компании» (колбаса «Вобвязке») дублируют особенности дизайна продукции заявителя, в связи с чем перепутать товары производителей становится значительно легче, и вероятно, что такие дизайнерские решения использованы намеренно», - отметил заместитель руководителя ФАС России Андрей Кашеваров.

Также на рассмотрение участникам заседания была представлена продукция компании «КИКО РУС» и «ЛУЛУ ПАРИЖ РУС» для оценки возможности копирования брендом LULU особенностей бренда КИКО. Члены экспертных советов посчитали, что компания «ЛУЛУ ПАРИЖ РУС» намерено создает впечатление о причастности своей продукции к бренду КИКО, путем использования схожей цветовой гаммы, формы, размера и оформления упаковок.

Заключительным вопросом повестки дня заседания стало рассмотрение проблемы реализации на рынке лекарств и БАДов под одним торговым наименованием. Дискуссия по формированию соответствующей правоприменительной практики велась на примере лекарственного препарата «РЕННИ» и биологически активной добавки «РЕННИ Экспресс», производства АО «Байер».

Подводя итоги заседания, Андрей Кашеваров сообщил, что в начале 2018 года экспертные советы по рекламе и НДК будут объединены, состав объединенного экспертного совета – обновлен.

[video_668]