

Приложение
к протоколу заседания комиссии
Министерства антимонопольного
регулирования и торговли Республики
Беларусь по установлению факта
наличия (отсутствия) нарушения
антимонопольного законодательства
от 19.04.2023 № 29

РЕШЕНИЕ № 456/31-2023

19 апреля 2023 г. (10:30)

г. Минск

Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь (далее – МАРТ) по результатам рассмотрения комиссией МАРТ по установлению факта наличия (отсутствия) нарушения антимонопольного законодательства, действующей на основании полномочий, предоставленных приказом Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 14 декабря 2016 г. № 133 «О создании комиссии по установлению факта наличия (отсутствия) нарушения антимонопольного законодательства», в соответствии с Законом Республики Беларусь от 12 декабря 2013 г. № 94-3 «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» (далее – Закон № 94-3) обращений иностранного унитарного предприятия «БелВиллесден» от 19 мая 2021 г. № 04-1-02/1700, общества с ограниченной ответственностью «Либретик» от 20 мая 2021 г. № 212, общества с дополнительной ответственностью «Виталюр» от 18 мая 2021 г. № 3150 и от 26 мая 2021 г. № 3334 (далее соответственно – обращения, ИУП «Белвиллесден», ООО «Либретик», ОДО «Виталюр», заявители) о недобросовестной конкуренции со стороны закрытого акционерного общества «Интернет-магазин Евроопт» (далее – ЗАО «Интернет-магазин Евроопт»), а также возможном наличии антиконкурентного соглашения между ЗАО «Интернет-магазин Евроопт», обществом с ограниченной ответственностью «Евроторг» и обществом с ограниченной ответственностью «ИнфоПрайс» (далее соответственно – ООО «Евроторг», ООО «ИнфоПрайс»))

УСТАНОВИЛО:

информация о заявителях:

1. ИУП «БелВиллесден» зарегистрировано решением Министерства иностранных дел Республики Беларусь от 1 декабря 1999 г. за № 800001064. Место нахождения: г. Минск, пер. Асаналиева, д. 3, ком. 20.

Основной вид деятельности: розничная торговля в неспециализированных магазинах преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями (код ОКЭД – 52110).

2. ООО «Либретик» зарегистрировано в Едином государственном регистре юридических лиц и индивидуальных предпринимателей (далее – ЕГР) решением Минского городского исполнительного комитета от 5 марта 1998 г. за № 101454161.

Место нахождения: г. Минск, пр-т Победителей, д. 89, корп. 1, пом. 4 (ком. 39).

Основной вид деятельности: розничная торговля в неспециализированных магазинах преимущественно продуктами питания, напитками и табачными изделиями (код ОКЭД – 47110).

3. ОДО «Виталюр» зарегистрировано в ЕГР решением Минского районного исполнительного комитета от 10 марта 1995 г. за № 100921458.

Место нахождения: Минская область, Минский район, 9-й км Московского шоссе, АБК, ком. 1.

Основной вид деятельности: розничная торговля в неспециализированных магазинах преимущественно продуктами питания, напитками и табачными изделиями (код ОКЭД – 47110).

Информация о субъектах, в отношении которых поданы обращения:

1. ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» зарегистрировано в ЕГР решением Минского районного исполнительного комитета от 9 июня 2014 г. за № 691536217.

Место нахождения: Минская область, Минский район, Щомыслицкий с/с, Западный промузел, ТЭЦ-4, каб. 229.

Основной вид деятельности: розничная торговля путем заказа товаров по почте и через глобальную компьютерную сеть Интернет (далее – сеть Интернет) (код ОКЭД – 47910).

2. ООО «Евроторг» зарегистрировано в ЕГР решением администрации Московского района г. Минска от 28 октября 1996 г. № 146 за № 10116873.

Место нахождения: г. Минск, ул. Казинца, д. 52а, ком. 22.

Основной вид деятельности: розничная торговля в неспециализированных магазинах преимущественно продуктами питания, напитками и табачными изделиями (код ОКЭД – 47110).

3. ООО «ИнфоПрайс» зарегистрировано в ЕГР решением Минского городского исполнительного комитета от 4 января 2020 г. за № 193363123.

Место нахождения: г. Минск, ул. Тимирязева, д. 121, к. 4, каб. 517.

Основной вид деятельности: деятельность по созданию рекламы (код ОКЭД – 73110).

Согласно обращениям заявителей, 16 мая 2021 г. в эфире телеканала ОНТ в рамках телепрограммы «Контуры» была размещена реклама онлайн-гипермаркета «Е-доставка», принадлежащего ЗАО «Интернет-магазин Евроопт». Впоследствии рекламный ролик был также размещен на видеохостинге YouTube.

В данном рекламном ролике заявителями усматривается нарушение антимонопольного законодательства.

Так, в рекламном ролике сравниваются цены в онлайн-гипермаркете «Е-доставка» и иных торговых сетях на основании данных онлайн-сервиса сравнения цен Inforprice.by. Особое внимание уделено тому, что цены в онлайн-гипермаркете «Е-доставка» *«в среднем на 30% ниже, чем у конкурентов»*. Однако в рекламе демонстрируется лишь сравнение по отдельным категориям товаров (подгузники, корма для кошек). По мнению заявителей, рекламный ролик ориентирован на то, чтобы повысить спрос за счет сравнения с другими торговыми сетями, но при этом не отражает в полной мере ситуацию на рынке. Для привлечения потребителей использовалось некорректное сравнение цен в онлайн-гипермаркете «Е-доставка» с ценами в магазинах других крупных розничных торговых сетей республики. При этом невозможно установить конкретные сравниваемые характеристики и параметры, а также участвующие в сравнении товарные позиции. Кроме того, представленные факты не могут быть подтверждены документально.

При исследовании соответствия цен на сайте Inforprice.by и цен, фактически предложенных в магазинах торговых сетей, заявителями были обнаружены несоответствия.





Рисунок. Скриншоты из рекламного ролика

Одновременно в ролике содержится утверждение: ««Е-доставку» выбирают все – это реальный способ сэкономить». Заявители полагают, что высказывание носит явный оценочный характер и никоим образом не может быть достоверно подтверждено.

Информация о разнице в ценах на отдельные товары взята с сервиса Infoprise.by, принадлежащего ООО «ИнфоПрайс». С учетом того, что ООО «ИнфоПрайс» не осуществляет сплошную проверку актуальности и достоверности размещаемой информации и не несет ответственности за несоответствие ее действительности (согласно договору публичной оферты ООО «ИнфоПрайс»), заявители считают, что ЗАО «Интернет-магазин «Евроопт» умышленно размещает в рекламе сведения с Интернет-ресурса Infoprise, которые могут не соответствовать действительности.

Размещение в рекламном ролике недостоверных сведений о ценах в торговых сетях, факт построения рекламы онлайн-гипермаркета «Е-доставка» на сравнении с иными торговыми сетями, незаконное использование товарных знаков торговых сетей наносят вред деловой репутации заявителей.

Кроме того, по мнению заявителей, ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» и ООО «Евроторг» действуют в единых интересах, поскольку товарные знаки указанных хозяйствующих субъектов сходны до степени смешения, в наименованиях юридических лиц имеется слово «Евроопт», на сайте онлайн-гипермаркета «Е-доставка» имеется прямая ссылка на сайт торговой сети «Евроопт».

Заявители также считают, что прослеживается взаимосвязь онлайн-гипермаркета «Е-доставка» и интернет-ресурса Infoprice.by, в частности, в связи со следующим:

на главной странице интернет-ресурса Infoprice.by автоматически установлен фильтр «Сравнить цены торговых сетей с «Е-доставка»;

из содержания рекламы онлайн-гипермаркета «Е-доставка», размещенной в эфире телеканала ОНТ, следует, что сравнение цен производится онлайн-ресурсом сравнения цен Infoprice.by.

Заявители просят дать правовую оценку действиям ЗАО «Интернет-магазин Евроопт», а также ООО «Евроторг» и ООО «ИнфоПрайс» на предмет:

соблюдения действующего законодательства Республики Беларусь о противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции;

возможности вхождения данных юридических лиц в одну группу лиц и заключения ими антиконкурентного соглашения.

В случае признания действий ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» нарушающими действующее законодательство заявители просят:

привлечь к установленной законодательством административной ответственности;

вынести предписание о прекращении недобросовестной конкуренции.

Обстоятельства, установленные антимонопольным органом в ходе рассмотрения обращений.

1. На запрос МАРТ с просьбой дать подробные пояснения и представить имеющиеся доказательства по существу рассматриваемой ситуации ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» сообщено следующее.

ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» не рассматривает указанную информацию как рекламную, а квалифицирует ее как информационно-справочную. Новостной сюжет был размещен обществом не в целях рекламы, а в целях информирования покупателей о выполнении поручения Правительства Республики Беларусь о снижении цен и обеспечении широкого круга населения доступными товарами.

В сюжете не содержится сравнения рекламируемого товара с товаром другой организации, а приводится разница в целом на совокупность уровня цен на самые востребованные товары по данным информационного ресурса Inforprice.by. ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» пояснено, что исходя из ролика не представляется возможным идентифицировать конкретный товар как «товар другой организации», и, как следствие, невозможно представить в невыгодном положении какой-либо конкретный товар или организацию.

Обществом пояснено, что сведения о ценах на товары были получены на основании сведений, размещенных в общем доступе в глобальной компьютерной сети Интернет на сайте <https://inforprice.by>.

Дополнительно общество отмечает, что информация, указанная на стороннем ресурсе (сервис сравнения цен Inforprice.by), не может являться информацией, ответственность за которую должно нести ЗАО «Интернет-магазин Евроопт», так как она не охватывается волеизъявлением общества и оно не может каким-либо образом на нее повлиять. Перечень торговых сетей, размещенных на сайте, определяется владельцем сайта. В аналогичном порядке определяется выбор самых востребованных товаров среди населения, перечень которых размещается на главной странице сайта. Данная информация распространяется для неопределенного круга лиц и является общедоступной.

Достоверность размещенной в рекламе информации подтвердить не представляется ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» возможным, так как сведения, размещенные на сайте сервиса сравнения цен Inforprice.by, постоянно обновляются.

Документы, включая переписку, содержащие требования к содержанию и виду информационных материалов для рассматриваемого видеоматериала, у общества отсутствуют (не сохранились). Доказательства передачи каких-либо информационных материалов в адрес ЗАО «Второй национальный телеканал», а также доказательства доведения какой-либо информации / пожеланий / требований относительно содержания подготавливаемого материала у ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» не сохранились.

Относительно утверждения заявителей о незаконном использовании в рекламе товарных знаков торговых сетей отмечено, что ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» не совершало действий, связанных с приобретением объектов интеллектуальной собственности, принадлежащих иным торговым сетям, как и не совершало действий по продаже, обмену или иному введению в гражданский оборот товара с использованием товарных знаков, принадлежащих иным торговым сетям.

Одновременно отмечено, что в обществе отсутствовали структурное подразделение и специалисты, непосредственно в трудовую функцию которых входили обязанности по мониторингу и анализу цен на представленный в иных торговых сетях ассортимент товаров, аналогичный ассортименту товаров общества.

Вместе с тем согласно представленной выписке из штатного расписания за май 2021 г. в штате общества имеется «Отдел мониторинга ценовой политики конкурентов».

2. ООО «ИнфоПрайс» (владелец сервиса сравнения цен InfoPrice.by) проинформировало, что в своей деятельности руководствуется условиями публичного договора, размещенного на сайте (*ссылка для ознакомления: <https://infoprice.by/dogovor-oferty/>*), устанавливающего права и обязанности ООО «ИнфоПрайс».

Подтвердить достоверность информации, использованной в ролике онлайн-гипермаркета «Е-доставка», и рассчитать процентную разницу ООО «ИнфоПрайс» не представляется возможным по следующим причинам:

1) не известно, какими критериями отбора (фильтрами) пользовались лица, использовавшие информацию с сайта www.infoprice.by;

2) ООО «ИнфоПрайс» не осуществляется сплошного хранения доказательств достоверности (фотографии, реестры и т.д.) в отношении неактуальной (устаревшей) информации. В свою очередь, актуальная информация, размещенная на сайте в реальном времени, всегда имеет подтверждение.

Кроме того, переписки с ЗАО «Интернет-магазин Евроопт», касающейся рекламного ролика онлайн-гипермаркета «Е-доставка», ООО «ИнфоПрайс» не велось.

Вместе с тем между ООО «ИнфоПрайс» (Подрядчик) и ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» (Заказчик) заключен договор от 20 марта 2020 г. № 20.03.20 (далее – Договор), согласно которому Подрядчик осуществляет представление ежемесячно Заказчику информационно-аналитического отчета по ценам на ассортимент товаров других магазинов в г. Минске, анализ цен которых использует Подрядчик, по согласованной сторонами форме.

При этом при осуществлении деятельности по администрированию сайта, а также при подготовке и представлению аналитического отчета Подрядчик выступает объективным и независимым участником правоотношений, в связи с чем Подрядчик не оказывает и не будет оказывать каких-либо преимуществ какому-либо субъекту торговли, заказчику или товару (подпункт 1.2 пункта 1 Договора).

Вся обработка и оцифровка собранных сотрудниками ООО «ИнфоПрайс» данных осуществляется ООО «Биорг» (Российская Федерация) на базе системы распознавания видео- и графической информации «Биорг Processing: smart vision». Наполнение сайта визуальной и текстовой информацией, выгрузка цен осуществляется сотрудниками ООО «ИнфоПрайс».

При сборе информации общество ориентируется на интересы пользователей ресурса Infoprice.by. ООО «ИнфоПрайс» не владеет полной информацией о количестве товарных позиций, представленных во всех торговых сетях. Кроме того, технически невозможно собрать и сравнить актуальные цены на все товары, реализуемые в торговых сетях.

По информации ООО «ИнфоПрайс», для составления топ-500 товаров используется несколько критериев их подбора:

физическое изучение представленности того или иного товара на полке: чем большую долю / пространства полки занимает товар, тем более он востребован покупателями;

аналитика сайта (какие товары чаще всего ищут, пользуясь строкой поиска; какие добавляют в список покупок; на какие больше всего «нажимают») (Яндекс.Метрика) и пр.).

3. ЗАО «Второй национальный телеканал» (далее – телеканал) сообщено, что между ним и обществом заключен договор возмездного оказания услуг от 9 апреля 2021 г. № 37-А, предметом которого применительно к размещенному в эфире 16 мая 2021 г. рекламному ролику является оказание услуг по размещению информационных материалов, предоставленных заказчиком (ЗАО «Интернет-магазин Евроопт»). Таким образом, источником информации, нашедшей отражение в рекламном ролике, является ЗАО «Интернет-магазин Евроопт». В этой ситуации, по мнению телеканала, необходимость доказывания, что размещенные сведения соответствуют действительности, согласно договору, возлагается на заказчика.

Одновременно отмечается, что источником получения информации о ценах товаров в торговых сетях при подготовке сюжета являлся независимый интернет-портал сравнения цен Infoprice.by, вход на который доступен для всех лиц. Общая статистика по диапазонной разнице стоимости товаров в различных торговых сетях, представленных на рынке Беларуси, была продемонстрирована исходя из реальных цифр, указанных на Infoprice.by за день до выхода сюжета в эфир ввиду необходимости его подготовки. Телеканал не считает, что отсылка на информацию сайта Infoprice.by вводит в заблуждение потенциальных покупателей по причине отсутствия в размещенной информации сведений об анализируемых товарах, так как сайт Infoprice.by по умолчанию предоставляет

информацию о процентной разнице в цене в различных торговых сетях на 500 наиболее востребованных потребителями товаров, ценовое соотношение на которые и было продемонстрировано.

Справочно:

В рекламном ролике отсутствует четкое указание на то, что сервисом сравнения цен Infoprice.by по умолчанию анализируются цены на топ-500 самых востребованных товаров в торговых сетях.

Рекламный ролик был подготовлен сотрудником дирекции информационного вещания телеканала совместно с представителем ЗАО «Интернет-магазин Евроопт», координация работы осуществлялась посредством мессенджеров и телефонной связи. Информационная (текстовая) составляющая видеоматериала была предоставлена ЗАО «Интернет-магазин Евроопт», готовый видеоматериал одобрен и согласован заказчиком к размещению на телеканале. Физические лица, участвующие в съемке материала, были предоставлены заказчиком. В ходе съемки видеоматериала, заказчиком дополнительно высказывались устные пожелания и информация, нашедшие свое отражение в итоговом материале.

Иная информация, в том числе переписка, за исключением текста сценария рекламного ролика, у телеканала отсутствует (не сохранилась).

Одновременно телеканалом сообщено, что все видеоматериалы и детальная информация о ценах товаров в интернет-магазине «Е-доставка» с использованием ресурса Infoprice.by для программы «Контур» были подготовлены совместно с ЗАО «Интернет-магазин Евроопт». Платформа Infoprice.by самостоятельно анализирует сведения о ценах в разных торговых сетях. Дополнительного сравнительного анализа данных платформы ни сотрудниками телеканала, ни сотрудниками ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» не проводилось.

По информации телеканала, размещенная в рекламном ролике сравнительная графика о ценах товаров в интернет-магазине «Е-доставка» была продемонстрирована в полной аналогии с данными сервиса Infoprice.by на момент выхода ролика.

Дополнительно МАРТ представлены письменные пояснения сотрудника телеканала, которым осуществлялась подготовка рекламного ролика совместно с ЗАО «Интернет-магазин Евроопт».

Из представленных объяснений установлено, в частности, что:

сбор и анализ данных для ролика осуществлялся ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» на основании данных онлайн-сервиса сравнения цен Infoprice.by. Интересующие заказчика позиции сообщались, высказывались пожелания включить именно их в репортаж;

текст рекламного ролика был подготовлен сотрудником телеканала. Заказчиком в рабочем порядке высказывались пожелания, ключевым критерием для сравнения был назван ресурс Infoprice.by;

данные Infoprice.by (текстовые материалы, позиции, даты доступа к ресурсу) высылались заказчиком посредством мессенджера Telegram;

заказчиком по телефону доводились пожелания касательно того, на какие позиции и какую разницу в ценах обратить внимание (то есть на наиболее выгодные позиции, по которым у ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» имеется ценовое преимущество);

перед выходом в эфир готовый видеоматериал согласовывался заказчиком ЗАО «Интернет-магазин Евроопт».

4. Одновременно с целью установления возможной идентификации потребителями товарных знаков торговых сетей, приведенных в ролике, с хозяйствующим субъектом, которому принадлежат эти товарные знаки, направлены соответствующие запросы в адрес торговых сетей, упомянутых в ролике (указаны в приложении к настоящему решению).

Согласно представленной информации, исследования о наличии у потребителей устойчивых ассоциативных связей с обозначениями, товарными знаками, используемыми данными торговыми сетями, для индивидуализации своей деятельности, а также наличия известности и узнаваемости у таких обозначений, товарных знаков, не проводились.

ООО «Либретик» (торговая сеть «Соседи») представлена информация на основании итогов ежегодного исследования, проводимого компанией Nielsen на рынке Республики Беларусь, согласно которой *«около 90% аудитории знают наименование торговой сети»*.

По информации ООО «Евроторг» (торговая сеть «Евроопт»), факты наличия у потребителей устойчивых ассоциативных связей с товарными знаками, используемыми ООО «Евроторг» для индивидуализации деятельности торговой сети, а также известность и узнаваемость указанных товарных знаков подтверждаются проведением ООО «Евроторг» соответствующих рекламных игр, рекламных акций, для наименования которых используются товарные знаки, рекламными компаниями, проводимыми с целью информирования об указанных рекламных играх и рекламных акциях, в том числе в СМИ; использованием ООО «Евроторг» соответствующих товарных знаков в качестве наименования торговых объектов, количество которых составляет более 1000; использованием соответствующих товарных знаков для наименования дисконтной программы для покупателей ООО «Евроторг».

В соответствии с абзацем десятым статьи 1 Закона № 94-3 недобросовестная конкуренция – направленные на приобретение

преимуществ (выгод) в предпринимательской деятельности действия хозяйствующего субъекта или нескольких хозяйствующих субъектов, которые противоречат Закону № 94-З, иным законодательным актам и актам антимонопольного законодательства или требованиям добросовестности и разумности и могут причинить или причинили убытки другим конкурентам либо могут нанести или нанесли вред их деловой репутации.

Абзацем третьим статьи 27 Закона № 94-З установлен запрет на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения хозяйствующего субъекта и (или) его товара с конкурентом и (или) его товаром, в том числе сравнения с конкурентом и (или) его товаром, в котором отсутствует указание конкретных сравниваемых характеристик или параметров либо результаты сравнения не могут быть объективно проверены.

Согласно абзацу второму статьи 28 Закона № 94-З запрещается недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров.

В соответствии с Законом № 94-З для квалификации действий в качестве недобросовестной конкуренции необходимо установить совокупность следующих признаков:

- 1) наличие конкурентных отношений;
- 2) направленность действий на приобретение преимуществ в предпринимательской деятельности хозяйствующего субъекта или нескольких хозяйствующих субъектов;
- 3) противоречие действий Закону № 94-З, иным актам антимонопольного законодательства или требованиям добросовестности и разумности;
- 4) возможность причинения или причинение убытков другим конкурентам, нанесение либо возможность нанесения вреда их деловой репутации.

1. Наличие конкурентных отношений.

ИУП «БелВиллесден», ООО «Либретик», ОДО «Виталюр» осуществляют деятельность на рынке розничной торговли продовольственными и непродовольственными товарами в неспециализированных магазинах.

ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» осуществляет деятельность на рынке розничной торговли продовольственными и непродовольственными товарами путем заказа товаров по почте и через сеть Интернет.

Все хозяйствующие субъекты осуществляют деятельность на территории Республики Беларусь.

С точки зрения обеспечения удовлетворения потребностей конечного потребителя в товарах обе формы торговли (торговля в стационарных торговых объектах и дистанционная торговля с использованием сети Интернет) имеют общую цель. Соответственно, заявители и ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» рассматриваются в качестве конкурентов на рынке розничной торговли продовольственными и непродовольственными товарами.

2. Направленность действий на приобретение преимуществ в предпринимательской деятельности хозяйствующего субъекта или нескольких хозяйствующих субъектов.

Между телеканалом и ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» заключен договор возмездного оказания услуг от 9 апреля 2021 г. № 37-А, предметом которого применительно к размещенному в эфире 16 мая 2021 г. рекламному ролику является оказание услуг по размещению информационных материалов, предоставленных заказчиком (ЗАО «Интернет-магазин Евроопт»).

Источником информации для рекламного ролика выступало ЗАО «Интернет-магазин Евроопт»: представлены информационная (текстовая) составляющая видеоматериала, физические лица, участвующие в съемке. В ходе съемок дополнительно высказывались устные пожелания и информация, нашедшие отражение в итоговом материале. Готовый видеоматериал одобрен и согласован ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» для размещения.

В рекламном ролике ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» сравниваются цены в онлайн-гипермаркете «Е-доставка» и иных торговых сетях путем обращения к данным сервиса сравнения цен Infoprice.by. Сравнение цен осуществляется в целом и в разрезе отдельных категорий товаров (подгузники и корм для кошек).

На основании информации торговых сетей об общем количестве наименований товаров по категориям «корм для кошек» и «памперсы (подгузники) для детей» и ценах на товары указанных категорий МАРТ проведен сравнительный анализ цен по состоянию на 14 и 15 мая 2021 г. по пересекающемуся ассортименту по методике расчета, используемой сервисом сравнения цен Infoprice.by.

Справочно:

Сервисом сравнения цен Infoprice.by процентная разница рассчитывается путем деления суммы цен на товары одной торговой сети на сумму цен товаров другой торговой сети по пересекающемуся ассортименту.

Результаты анализа представлены ниже в таблице.

Показатель	14.05.2021				15.05.2021			
	e-dostavka.by	Виталор	Гиппо	Соседи	e-dostavka.by	Виталор	Гиппо	Соседи
Общее количество наименований товаров	138817	13425	67149	49312	136483	13488	67126	49323
Количество наименований корма для кошек	403	126	210	190	401	126	209	190
пересекающийся ассортимент	-	104	96	93	-	126	96	95
фактическая разница в ценах на товары по пересекающемуся ассортименту	-	45,0%	31,7%	32,3%	-	44,9%	30,0%	32,7%
<i>разница в уровне цен согласно рекламному ролику</i>	-	39,6%	35,1%	41,4%	-	39,6%	35,1%	41,4%
Количество наименований памперсов (подгузников) для детей	416	35	257	148	419	35	257	147
пересекающийся ассортимент	-	21	99	68	-	21	101	69
фактическая разница в ценах на товары по пересекающемуся ассортименту	-	54,0%	23,4%	31,9%	-	54,0%	24,7%	32,0%
<i>разница в уровне цен согласно рекламному ролику</i>	-	22,7%	30,8%	46,3%	-	22,7%	30,8%	46,3%

Согласно данным таблицы, фактическая разница в уровне цен на товары по пересекающемуся ассортименту по категориям «корм для кошек» и «памперсы (подгузники) для детей» на анализируемые даты составила для торговых сетей «Гиппо» и «Соседи» меньший процент, чем приведенный в рекламном ролике.

Сервис сравнения цен Inforprice.by при расчете разницы в ценах в различных торговых сетях не охватывает весь имеющийся ассортимент того или иного товара в анализируемых сетях по состоянию на конкретную дату, что, по информации ООО «ИнфоПрайс», технически невозможно реализовать.

Inforprice.by по умолчанию сравниваются цены на «топ-500» товаров. Вместе с тем указание на данную особенность в ролике отсутствует, что потенциально способно сформировать у потребителя искаженное представление о ценовом позиционировании торговых сетей.

С учетом изложенного МАРТ полагает возможным сделать вывод о наличии в действиях ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» по заключению с ЗАО «Второй национальный телеканал» и исполнению договора возмездного оказания услуг от 9 апреля 2021 г. № 37-А, в том числе по предоставлению информационных материалов, результатом чего впоследствии явилось размещение 16 мая 2021 г. рекламного ролика в эфире телеканала, на видеохостинге YouTube, направленности на приобретение хозяйствующим субъектом преимуществ (выгод) в предпринимательской деятельности.

3. Противоречие действий Закону № 94-З, иным актам антимонопольного законодательства или требованиям добросовестности и разумности.

На основании полученных в ходе рассмотрения обращений данных можно сделать вывод об известности товарных знаков торговых сетей, приведенных в рекламном ролике. Указание в ролике данных товарных знаков характеризует такие торговые сети как хозяйствующим субъектам.

При этом указание в рекламе на уровень цен в торговых сетях можно рассматривать как характеристику их деятельности.

ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» в ролике приводится сравнение уровня цен на товары в интернет-магазине «Е-доставка» и в иных торговых сетях в пользу интернет-магазина «Е-доставка» на основании данных сервиса сравнения цен Infoprice.by.

В ролике присутствуют следующие утверждения, которые возможно рассматривать в качестве некорректного сравнения ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» с конкурентами:

«И следят, чтобы цены были ниже, чем у конкурентов, в среднем на 30 процентов»;

«По данным онлайн-сервиса сравнения цен Infoprice.by цены в онлайн-гипермаркете «Е-доставка» в среднем на 30 процентов ниже, чем в других крупных магазинах. Касается всего: от продуктов питания до электроники (да, привезут и ее). Особенно сильно выигрывают цены на кофе, чай, шоколад и конфеты, макароны, крупы, растительные масла, муку, подгузники для детей и корма для животных. Например, по данным сайта Infoprice.by, за подгузники в других магазинах можно переплатить до 46% по сравнению с «Е-доставкой», а разница в цене на корм для домашних животных достигает 42%!»;

«Е-доставку» выбирают все. Это реальный способ существенно сэкономить.».

Данные утверждения не представляется возможным объективно проверить, ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» не представлены и в ходе рассмотрения обращений не установлены доказательства достоверности размещенной в ролике информации.

В ролике также присутствует информация о количестве товаров в ассортименте онлайн-гипермаркета «Е-доставка» («... выбор на сайте *e-dostavka.by* гораздо больше, чем в любом гипермаркете – более 120 тысяч наименований»), что также способно в совокупности создать впечатление о том, что сравнивается уровень цен на весь ассортимент товаров, а не «топ-500» товарных позиций.

Данные на сервисе сравнения цен Infoprice.by постоянно обновляются, подтверждение имеет информация, размещенная на сайте

в реальном времени. В то же время в ролике, вышедшем в эфир 16 мая 2021 г., приведена информация по состоянию на 15 мая 2021 г., которая на момент выхода в эфир не могла уже иметь подтверждения.

Кроме того, данные утверждения не представляется возможным объективно проверить в том числе ввиду отсутствия учета сервисом Infoprice.by исчерпывающего ассортимента товаров в сетях.

Infoprice.by по умолчанию сравнивает цены на «топ-500» товаров, указание на что в ролике отсутствует. В свою очередь, это потенциально способно сформировать у потребителей искаженное представление о фактическом уровне цен в торговых сетях, поскольку информация может быть воспринята как анализ всего рынка и цен на весь ассортимент реализуемых торговыми сетями товаров.

У общества отсутствуют и в ходе рассмотрения обращений МАРТ не установлены доказательства (документы, переписка, в том числе в электронном виде), подтверждающие соответствие представленной в рекламном ролике информации действительности.

4. Возможность причинения или причинение убытков другим конкурентам, нанесение либо возможность нанесения вреда их деловой репутации.

Согласно части первой пункта 1 статьи 14 Гражданского кодекса Республики Беларусь, под убытками понимаются расходы, которые лицо, чье право нарушено, произвело или должно будет произвести для восстановления нарушенного права, утрата или повреждение имущества (реальный ущерб), а также недополученные доходы, которые это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было бы нарушено (упущенная выгода).

Действия ЗАО «Интернет-магазин Евроопт», выразившиеся в некорректном сравнении онлайн-гипермаркета «Е-доставка» с иными торговыми сетями путем заключения с ЗАО «Второй национальный телеканал» и исполнения договора возмездного оказания услуг от 9 апреля 2021 г. № 37-А, в том числе предоставления информационных материалов, результатом чего впоследствии явилось размещение 16 мая 2021 г. рекламного ролика в эфире телеканала, на видеохостинге YouTube, способны создать условия для потенциального перераспределения потребительского спроса в пользу ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» и тем самым причинить убытки конкурентам, в том числе ИУП «БелВиллесден», ООО «Либретик», ОДО «Виталюр», в виде упущенной выгоды.

По вопросу незаконного использования ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» в рекламе товарных знаков торговых сетей МАРТ установлено следующее.

ГУ «Национальный центр интеллектуальной собственности» (далее – НЦИС) высказана позиция, что упоминание в рекламе товарного знака является использованием этого товарного знака.

Справочно:

Согласно подпункту 1.4 пункта 1 статьи 20 Закона Республики Беларусь от 5 февраля 1993 г. № 2181-ХІІ «О товарных знаках и знаках обслуживания», использование товарного знака для индивидуализации товаров, в отношении которых зарегистрирован товарный знак, осуществляется в том числе путем применения товарного знака в рекламе, печатных изданиях, на вывесках, при демонстрации экспонатов на выставках и ярмарках, проводимых в Республике Беларусь.

Вместе с тем НЦИС полагает, что не является незаконным использованием товарного знака размещение такого товарного знака или обозначения, сходного с ним до степени смешения, не в целях индивидуализации товаров, работ и (или) услуг, в отношении которых зарегистрирован указанный товарный знак, или однородных товаров, работ и (или) услуг.

В этой связи упоминание обществом в рекламе товарных знаков иных торговых сетей («Гиппо», «Виталюр», «Корона», «Остров чистоты и вкуса», «Соседи», «Евроопт», «Green», «21vek.by») не является незаконным использованием, так как не преследует своей целью индивидуализацию товаров, работ и (или) услуг, в отношении которых зарегистрирован такие товарные знаки, или однородных товаров, работ и (или) услуг, и не нарушает запрет, установленный абзацем вторым статьи 28 Закона № 94-З.

Одновременно МАРТ проведен анализ на предмет возможности вхождения ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» в одну группу лиц с ООО «Евроторг» и ООО «Инфопрайс» и заключения ими антиконкурентного соглашения.

Так, пунктом 1 статьи 20 Закона № 94-З запрещаются соглашения между хозяйствующими субъектами, которые являются конкурентами (картели), если такие соглашения приводят или могут привести к:

установлению, поддержанию, повышению или снижению цен (тарифов);

разделу товарного рынка по территориальному принципу, видам, объемам сделок, видам, объемам, ассортименту товаров и их ценам (тарифам), кругу продавцов или потребителей;

сокращению или прекращению изготовления (производства) товаров; отказу от заключения договоров с определенными продавцами или потребителями, если такой отказ не предусмотрен законодательными актами.

Как указывалось ранее, ООО «Евроторг» и ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» являются конкурентами на рынке розничной торговли продовольственными и непродовольственными товарами.

ООО «ИнфоПрайс» осуществляет деятельность по созданию рекламы, соответственно, не выступает конкурентом по отношению к указанным хозяйствующим субъектам на рынке розничной торговли продовольственными и непродовольственными товарами.

В рамках анализа рассмотрено взаимодействие ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» и ООО «Евроторг» в рамках группы лиц, поскольку, по имеющейся у МАРТ информации, указанные хозяйствующие субъекты являются лицами, входящими в одну группу лиц по подпункту 1.7 пункта 1 статьи 8 Закона № 94-З. Одновременно проанализировано взаимодействие ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» и ООО «ИнфоПрайс», ООО «Евроторг» и ООО «ИнфоПрайс» в рамках заключенных договоров по предоставлению ежемесячного информационно-аналитического отчета по ценам в торговых сетях.

Заявителями не представлено и в ходе рассмотрения обращений не установлено, что ООО «ИнфоПрайс» и ЗАО «Интернет-магазин Евроопт», ООО «ИнфоПрайс» и ООО «Евроторг» являются лицами, входящими в одну группу лиц по основаниям, указанным в статье 8 Закона № 94-З.

Заявителями также не представлены доказательства и в ходе рассмотрения обращений не установлены признаки наличия между указанными хозяйствующими субъектами ограничивающих конкуренцию соглашений, и, соответственно, нарушения запрета, установленного пунктом 1 статьи 20 Закона № 94-З.

Таким образом, обстоятельствами, установленными при рассмотрении обращений, и имеющимися доказательствами подтверждается наличие совокупности признаков нарушения антимонопольного законодательства, предусмотренного абзацем третьим статьи 27 Закона № 94-З, в действиях ЗАО «Интернет-магазин Евроопт», выразившихся в некорректном сравнении онлайн-гипермаркета «Е-доставка» с иными торговыми сетями конкурентов путем заключения с ЗАО «Второй национальный телеканал» и исполнения договора возмездного оказания услуг от 9 апреля 2021 г. № 37-А, в том числе предоставления информационных материалов, результатом чего впоследствии явилось размещение 16 мая 2021 г. рекламного ролика в эфире телеканала, на видеохостинге YouTube.

В то же время не подтверждается наличие признаков нарушений антимонопольного законодательства, предусмотренных:

пунктом 1 статьи 20 Закона № 94-З, в действиях ЗАО «Интернет-магазин Евроопт», ООО «Евроторг» и ООО «ИнфоПрайс», выразившихся во взаимодействии ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» и ООО «Евроторг» в рамках группы лиц, а также ЗАО «Интернет-магазин Евроопт» и ООО «ИнфоПрайс», ООО «Евроторг» и ООО «ИнфоПрайс» в рамках

договоров по предоставлению ежемесячного информационно-аналитического отчета по ценам в торговых сетях;

абзацем вторым статьи 28 Закона № 94-3, в действиях ЗАО «Интернет-магазин Евроопт», выразившихся в приобретении и использовании в рекламе товарных знаков, принадлежащих иным хозяйствующим субъектам.

На основании изложенного, руководствуясь абзацем пятым статьи 14 Закона № 94-3, МАРТ

РЕШИЛО:

установить факт наличия нарушения антимонопольного законодательства, предусмотренного абзацем третьим статьи 27 Закона Республики Беларусь от 12 декабря 2013 г. № 94-3 «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции», в действиях закрытого акционерного общества «Интернет-магазин Евроопт».

Установить факт отсутствия нарушения антимонопольного законодательства, предусмотренного пунктом 1 статьи 20 Закона Республики Беларусь от 12 декабря 2013 г. № 94-3 «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции», в действиях закрытого акционерного общества «Интернет-магазин Евроопт», общества с ограниченной ответственностью «Евроторг», общества с ограниченной ответственностью «ИнфоПрайс».

Установить факт отсутствия нарушения антимонопольного законодательства, предусмотренного абзацем вторым статьи 28 Закона Республики Беларусь от 12 декабря 2013 г. № 94-3 «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции», в действиях закрытого акционерного общества «Интернет-магазин Евроопт».

Признать наличие оснований для вынесения предписания закрытому акционерному обществу «Интернет-магазин Евроопт».

Признать наличие оснований для начала административного процесса в отношении закрытого акционерного общества «Интернет-магазин Евроопт».

Признать отсутствие оснований для совершения антимонопольным органом иных действий, направленных на устранение и (или) предотвращение нарушения антимонопольного законодательства, в том числе оснований для направления материалов в правоохранительные органы, обращения с иском в суд, направления предложений в государственные органы о совершении действий, направленных на обеспечение и развитие конкуренции.

Настоящее решение может быть обжаловано в суд в течение тридцати календарных дней со дня его принятия.

Приложение: на 2 л. в 1 экз.


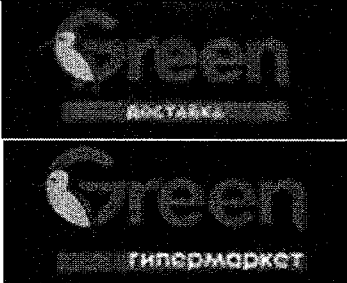
Первый заместитель Министра,
председатель комиссии



И.В.Вежновец

Товарные знаки, используемые торговыми сетями для индивидуализации своей деятельности

Торговая сеть	Номер регистрации	Изображение товарного знака	Дата регистрации	Справочно: изображение из ролика
«Гиппо» (ИУП «БелВиллесден»)	20187	ГИППО	23.11.2004	
«Виталюр» (ОДО «Виталюр»)	60139		13.03.2017	
«Корона» (ООО «Табак-инвест»)	30196		13.07.2009 <i>(по информации ООО «Табак-инвест»), фактически обозначение использовалось с 2006 г.)</i>	
«Остров чистоты и вкуса» (ЧТУП «ЗападХимТорг»)	68275		15.07.2020	
«Соседи» (ООО «Либретик»)	65228		05.06.2019 <i>(по информации ООО «Либретик», ориентировочно обозначение использовалось с 2001 г.)</i>	
«Евроопт» (ООО «Евроторг»)	64452		13.02.2019	

<p>«Green» (ООО «ГРИНрозница»)</p>	<p>52616 (на основании лицензионного соглашения от 12.02.2015 № 3 с ТЧУП «РАПАОПТ»)</p>		<p>05.12.2014</p>	
<p>«21vek.by» (ООО «Триовист»)</p>	<p>64769</p>	<p>21vek</p>	<p>28.03.2019</p>	