

Приложение
к протоколу заседания комиссии
Министерства антимонопольного
регулирования и торговли Республики
Беларусь по установлению факта наличия
(отсутствия) нарушения
антимонопольного законодательства
от 3 декабря 2020 г. № 115

РЕШЕНИЕ № 311/58-2020

3 декабря 2020 г. (14.30)

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-З «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» (далее, если не установлено иное, – Закон) заявления совместного предприятия открытого акционерного общества «СПАРТАК» (далее – СП ОАО «СПАРТАК», Заявитель, предприятие) от 26 февраля 2020 г. № 531 о нарушении антимонопольного законодательства обществом с ограниченной ответственностью «Юниаква» (далее – ООО «Юниаква», общество) в части введения в гражданский оборот на территории Республики Беларусь товаров с использованием дизайнов коробок и пакетов набора конфет, включающих словесный элемент «ILPASSO», сходных до степени смешения с дизайнами коробок и пакетов набора шоколадных конфет «IMPRESSO» СП ОАО «Спартак», содержащих в том числе зарегистрированные Заявителем товарные знаки,

УСТАНОВИЛО:

Товарный знак «IMPRESSO» является одним из приоритетных брендов СП ОАО «СПАРТАК».

В Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Республики Беларусь (далее – Госреестр товарных знаков) Заявителем 1 июня 2011 г., 19 ноября 2014 г. и 15 ноября 2018 г. в отношении товаров 30 класса Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ) – кондитерские изделия зарегистрированы товарные знаки

«ИМПРЕССО», «IMPRESSO» и «IMPRESSO» (комбинированный) соответственно, что подтверждается выданными государственным учреждением «Национальный центр интеллектуальной собственности» (далее – НЦИС) свидетельствами № 36002, № 52408 и № 63917 соответственно.

Решение о создании и введении в гражданский оборот подарочных наборов шоколадных конфет под брендом «IMPRESSO» было принято Заявителем в 2013 году. Рецептúra подарочного набора шоколадных конфет утверждена 25 апреля 2013 г. и введена в действие с 19 июня того же года. Позднее 16 августа 2016 г. взамен существующей рецептуры набора утверждена рецептúra подарочного набора шоколадных конфет «Импредессо» Премиум («IMPRESSO» Premium).

Разработка дизайна упаковки наборов конфет осуществлялась ООО «Diena pirms Janu nakts» (Латвия). При этом техническое задание включало разработку аналога производимого предприятием и снятого с производства набора шоколадных конфет «MELANIE» с соблюдением преимущества в цвете, конструкции, композиции.

Впоследствии 6 июня 2013 г. ООО «Diena pirms Janu nakts» и Заявитель заключили договоры о передаче исключительных имущественных прав на произведения дизайна коробки и пакета набора шоколадных конфет «IMPRESSO» массой нетто 424 г (в черном и белом дизайне).

Для расширения линейки бренда «IMPRESSO» работниками СП ОАО «СПАРТАК» разрабатывались новые дизайны упаковки наборов конфет с одноименным названием. Так, начиная с 2013 года, ассортимент постепенно дополнили наборы в новых цветовых исполнениях (бежевый, красный, синий, коричневый и др.), с новогодней символикой. Также Заявителем в 2020 году использовалась упаковка с преобладанием розовых тонов, предназначенная для продаж в период подготовки и празднования Международного женского дня 8 Марта.

Подарочные наборы шоколадных конфет «IMPRESSO» массой нетто 424 г выпускаются Заявителем в белом, черном, красном, синем, бежевом, коричневом цветовых решениях, 848 г – в белом, черном, красном. При этом продукция в синем исполнении реализуется только за пределами республики.

Датой введения в гражданский оборот подарочного набора шоколадных конфет в разработанном (существующем на данный момент) дизайне является 19 сентября 2013 г., что подтверждается товарно-транспортной накладной № 3008205.

Подарочные наборы шоколадных конфет «IMPRESSO» реализуются предприятием постоянно на всей территории республики.

СП ОАО «СПАРТАК» на постоянной основе проводит рекламные мероприятия по продвижению подарочных наборов шоколадных конфет «IMPRESSO».

Так, в 2013 году рекламное оформление 12 транспортных средств предприятия осуществлено изображением подарочного набора шоколадных конфет «IMPRESSO», логотипом «IMPRESSO». Также совместно с обществом с ограниченной ответственностью «Партизан Продакшн Групп» была разработана креативная концепция, сценарий и эскиз ключевого изображения для рекламного видеоролика «IMPRESSO», трансляция которого осуществлялась на телеканалах ОНТ, НТВ-Беларусь, Беларусь 1 (по 80 выходов на каждом канале).

В 2013-2014 гг. размещение рекламных статей с изображением подарочного набора шоколадных конфет «IMPRESSO» осуществлялось в журнале «Продукт.ВУ» (№ 18 и № 23 в 2013 году, № 8 в 2014 году), в сети Интернет на сайтах belta.by, журнала «Продукт.ВУ», газеты «Гомельские ведомости».

В 2016 году Заявителем было осуществлено размещение световой вывески и оформление уличной витрины фирменного магазина предприятия в г. Минске с размещением в том числе подарочного набора шоколадных конфет «IMPRESSO».

Результатом работы по продвижению подарочного набора шоколадных конфет «IMPRESSO» послужили узнаваемость и хорошая репутация среди потребителей, что подтверждается дипломом II степени конкурса потребительских предпочтений «Продукт года 2014» и специальной премией «Гран-при». Также подарочный набор шоколадных конфет «IMPRESSO» отмечен дипломами в номинациях «Лучшая продукция года 2015», «Лидер потребительского рынка 2016».

Рецептура набора конфет «ILPASSO» утверждена директором ООО «Юниаква» 20 декабря 2019 г. При этом с целью продвижения своих товаров в рамках партнерского маркетинга в августе 2019 года с владельцем товарного знака «ILPASSO» и одноименного магазина женской обуви в г. Могилеве Лепартуевым А.В. была достигнута устная договоренность в части использования обществом логотипа «ILPASSO» на выпускаемых им конфетах с последующим предоставлением наборов конфет для вручения покупателям в качестве подарка при покупке обуви.

Все договоренности между ООО «Юниаква» и Лепартуевым А.В. были достигнуты в устном порядке, лицензионный договор на использование товарного знака не заключался, передача имущественных прав на товарный знак не осуществлялась.

Справочно:

Комбинированный товарный знак «ILPASSO», правообладателем которого является Лепартуев А.В., зарегистрирован в Госреестре товарных знаков 28 января 2014 г. за № 48564 в отношении товаров следующих классов МКТУ: 3 (воски сапожные или обувные), 18 (кожа и имитация кожи, изделия из них, не относящиеся к другим классам, ...), 21 (расчески и зубки; замша для чистки; ...), 25 (одежда; обувь; головные уборы; ...), 26 (изделия басонные и галантерейные, за исключением ниток; принадлежности для обуви, включенные в данный класс), 35 (реклама; менеджмент в сфере бизнеса; административная деятельность в сфере бизнеса; офисная служба; продвижение товаров для третьих лиц; ...).

Для удешевления стоимости упаковки наборов конфет «ILPASSO» ее производство и разработка дизайна осуществлялись типографией ЗАО «Miko ir Tado leidykla» (Литва) в соответствии с договором от 2 октября 2019 г. № AR 20191002 на основании известных образцов упаковок конфет «КОМИЛЬФО», «PERGALE», «MELANIE» с использованием слова «ILPASSO». При этом, как указало общество, в ходе разработки упаковки дизайнеры типографии предложили заменить букву «о» в конце слова стилизованным изображением какао-бобов в окружности так, что слово, размещенное на упаковке, стало произноситься и восприниматься как «il pass».

Выбор размера и формы коробки и пакета обусловлен стандартными предложениями производителей упаковки в связи с тем, что разработка уникального дизайна повлекла бы значительные неоправданные инвестиции и необоснованный рост стоимости конфет.

В качестве цветовой гаммы упаковки были выбраны черный, синий и молочно-белый цвета. Дизайн упаковки за весь период выпуска конфет не менялся.

Упаковка наборов конфет «ILPASSO» произведена типографией ЗАО «Miko ir Tado leidykla» осенью 2019 года и поставлена в декабре того же года. При этом в счет-фактурах, декларациях на товары и упаковочных листах на получение упаковки наборов конфет их название указано как «ИЛПАССО», а не «ИЛПАСС».

Производство набора конфет под названием «ILPASSO» начато обществом 8 января 2020 г. в упаковке молочной, черной и синей цветовой гаммы массой нетто 350 г и 700 г.

Введение в гражданский оборот наборов конфет «ILPASSO» подтверждается товарной накладной от 10 января 2020 г. № 0992716. В накладных на отгрузку наборов конфет их название также указано как «ILPASSO», а не «ILPASS».

ООО «Юниаква» осуществляло продвижение выпускаемой продукции только путем предоставления скидок покупателям. Иные мероприятия, направленные на продвижение указанных наборов конфет,

не проводились. При этом договоренность, достигнутая обществом с Лепартуевым А.В. в рамках партнерского маркетинга, реализована не была.

По состоянию на 20 мая 2020 г. подача заявки в НЦИС на регистрацию и регистрация промышленного образца в виде упаковки конфет «IMPRESSO» от имени СП ОАО «Спартак» или иных лиц, а также подача заявки и регистрация товарного знака, содержащего обозначение «ILPASSO», от имени ООО «Юниаква» не осуществлялись.

При этом 12 октября 2020 г. на основании заявки общества с ограниченной ответственностью «Акверия» от 25 октября 2019 г. № 20192537 НЦИС вынесено решение о регистрации в качестве товарного знака комбинированного обозначения «ILPASSO» (в золотом цвете) в отношении товаров 30 класса МКТУ.

Справочно:

В соответствии с пунктом 2 статьи 10 Закона Республики Беларусь от 5 февраля 1993 г. № 2181-ХІІ «О товарных знаках и знаках обслуживания» в ходе экспертизы заявленного обозначения устанавливается приоритет товарного знака, если он не был установлен при проведении предварительной экспертизы, и проверяется отсутствие оснований для отказа в регистрации обозначения в качестве товарного знака, установленных статьей 4 и пунктами 1 и 3 статьи 5 данного Закона.

По информации, полученной от субъектов розничной торговли, 6 из 25 осуществляли одновременную реализацию наборов конфет «ILPASSO» и подарочных наборов шоколадных конфет «IMPRESSO». При этом закрытое акционерное общество «Юнифуд», общество с дополнительной ответственностью «Тибер», открытое акционерное общество «Бакалея Могилев» факт одновременной реализации указанных наборов в августе текущего года подтвердили фотоснимками полочного пространства.

В торговой сети общества с ограниченной ответственностью «Евроторг» также осуществлялась одновременная реализация наборов конфет обоих производителей, при этом розничные цены на них в определенные временные периоды были одинаковыми. К примеру, в период с 24 февраля по 4 марта текущего года набор конфет «ILPASSO» (в молочном цветовом исполнении) и подарочный набор шоколадных конфет «IMPRESSO» (в бежевом) массой нетто 350 г и 424 г реализовывались по одинаковым ценам.

В качестве подтверждения возможности создания смешения в отношении товаров СП ОАО «СПАРТАК» и ООО «Юниаква» Заявителем представлен сравнительный анализ обозначений и упаковок, проведенный патентным поверенным общества с дополнительной ответственностью

«Горячко, Недвецкий и партнеры» Недвецким Д.И. (далее – патентный поверенный).

В части сравнения обозначений «IMPRESSO» и «ILPASSO» патентный поверенный указал на существенную степень фонетического (звукового) сходства доминирующих словесных элементов двух обозначений за счет идентичной начальной буквы «и» (i), идентичного окончания (-cco)(-sso), совпадающего ударного слога.

Также им отмечена высокая степень визуального сходства за счет используемого сходного шрифта, его размера и пропорций, одинакового цвета букв (желтый или золотистый), визуального выделения отдельных букв («-ss-»), написания доминирующих словесных элементов буквами латинского алфавита в оттенках желтого цвета (бледно- желтый, желтый и золотистый), использования в качестве вспомогательных элементов стилизованного обозначения какао-бобов (фрагменты обозначений на упаковках наборов конфет приведены на рисунке 1).

Рисунок 1

Фрагменты обозначений на упаковках наборов конфет



Общее зрительное восприятие однозначно позволяет сделать вывод о том, что данные обозначения, несмотря на небольшие отличия, могут принадлежать одному владельцу и относиться к одной линейке товара, а при беглом взгляде вообще могут быть восприняты как идентичные наименования.

По семантическому (смысловому) критерию данные наименования в сочетании могут быть восприняты потребителем как своеобразная игра слов (IMPRESSO – ilpasso), что также может навести на мысль, что они принадлежат одному владельцу.

В связи с чем патентным поверенным сделан вывод о высоком сходстве обозначений по всем трем критериям (фонетическому, визуальному и семантическому).

По вопросу сравнения упаковок наборов конфет с использованием обозначений «IMPRESSO» и «ILPASSO» патентный поверенный указал, что их сходство подтверждается общей цветовой гаммой упаковок и используемых цветов; взаимным расположением, композиционным построением элементов упаковки (оба наименования товара расположены

ровно по центру упаковок); расположением в верхней части упаковок вспомогательных словесных элементов «COLLECTION OF PREMIUM SWEETS» (упаковка «IMPRESSO») и «FINE COLLECTION OF PREMIUM SWEETS» (упаковка «ILPASSO»), отделенных от основного названия линией золотистого цвета, пересекающей вдоль всю упаковку; наличием схожих изображений различного вида конфет, расположенных под основными обозначениями; наличием схожих вспомогательных элементов (стилизованных изображений какао-бобов, выполненных золотистым цветом); написанием словесных элементов буквами латинского алфавита (упаковки наборов конфет приведены на рисунке 2).

Рисунок 2

Упаковки наборов конфет «IMPRESSO» и «ILPASSO»



В связи с чем, несмотря на наличие небольших отличающихся элементов, патентным поверенным сделан вывод, что общее зрительное впечатление от рассматриваемых обозначений, в особенности при непосредственном сравнении упаковок товаров, на которые они нанесены, однозначно схожее. Некоторое отличие в графическом исполнении отдельных элементов является несущественным отличием в деталях, не влияющим на общее впечатление сходства рассматриваемых упаковок и используемых на них обозначений. При этом визуальный критерий, по его мнению, имеет доминирующее значение.

В части сравнения товаров патентным поверенным отмечено, что сравниваемые товары, помимо отнесения к одной родовой группе (кондитерские изделия), имеют одинаковое назначение, изготавливаются из одного и того же либо сходного сырья и имеют сходные условия и каналы реализации, поскольку распространяются, как правило, через розничную (оптовую) сеть продуктовых супермаркетов, а также специализированных магазинов подобной (кондитерской) продукции. При этом данная группа товаров размещается в магазинах отдельно от других категорий товаров (например, молочной продукции), в особом кондитерском отделе или отдельной торговой точке. В такой ситуации товары с рассматриваемыми обозначениями могут оказаться не только в

одном и том же отделе магазина, но и на одной полке, и вероятность смешения довольно высока. У рассматриваемых товаров совпадает как круг потребителей, так и традиционный уклад потребления. Товары являются взаимозаменяемыми.

Учитывая высокую степень визуального сходства между обозначениями, упаковками, на которых они используются, патентным поверенным сделан вывод о том, что риск восприятия потребителями сравниваемых обозначений как принадлежащих одному владельцу и производителю крайне высок, чему также способствует однородность товаров.

В рамках рассмотрения указанного заявления с целью изучения мнения потребителей по вопросу узнаваемости набора конфет «ILPASSO» и подарочного набора шоколадных конфет «IMPRESSO», а также сходства их упаковок и обозначений на них в период с 29 июня по 7 сентября 2020 г. МАРТ проведено анкетирование 1127 респондентов (опрос покупателей кондитерских изделий в торговых объектах г. Могилева и г. Гомеля, онлайн-опрос в сети Интернет), из которых 1071 (95,0 %) являются потребителями конфет.

По результатам анкетирования 91,9 % опрошенных указали, что подарочный набор шоколадных конфет «IMPRESSO» известен им более 3-х лет, при этом набор конфет «ILPASSO» известен лишь 5 % респондентов, а производителя конфет ООО «Юниаква» знают только 4,3 % опрошенных.

У 76,3 % опрошенных подарочный набор шоколадных конфет «IMPRESSO» ассоциируется с СП ОАО «СПАРТАК», при этом и набор конфет «ILPASSO» вызывает ассоциацию с данным производителем у 35 % респондентов.

Сходство внешнего вида упаковки (пакет и коробка) подарочного набора шоколадных конфет «IMPRESSO» и набора конфет «ILPASSO» подтвердили 71,8 % опрошенных, частичное сходство – 24,6 %. При этом 50,7 % респондентов думают, что эти наборы конфет одного и того же производителя, а 72,5 % указали, что могли бы перепутать упаковки и по ошибке вместо подарочного набора шоколадных конфет «IMPRESSO» приобрести набор конфет «ILPASSO».

Сходство до степени смешения обозначений, используемых на упаковках исследуемых наборов, подтвердил 61,9 % респондентов, а 69,6 % указали, что могли бы, перепутав обозначения на упаковках, приобрести набор конфет «ILPASSO», думая, что приобретают подарочный набор шоколадных конфет «IMPRESSO».

По результатам опроса 84,1% респондентов полагают, что исследуемые наборы конфет сходны до степени смешения.

При принятии решения МАРТ учтены следующие обстоятельства, установленные в ходе рассмотрения заявления.

В соответствии с абзацем десятым статьи 1 Закона недобросовестная конкуренция – направленные на приобретение преимуществ (выгод) в предпринимательской деятельности действия хозяйствующего субъекта или нескольких хозяйствующих субъектов, которые противоречат настоящему Закону, 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.

Наличие совокупности признаков, вытекающих из указанного определения, позволяет установить факт наличия нарушения антимонопольного законодательства в части осуществления недобросовестной конкуренции. В этой связи следует отметить.

1. СП ОАО «СПАРТАК» и ООО «Юниаква» – хозяйствующие субъекты, которые осуществляют продажу кондитерских изделий на территории Республики Беларусь и соответственно являются конкурентами.

2. Направленность действий ООО «Юниаква» на приобретение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности выразилась во введении в гражданский оборот на территории республики в январе 2020 г. набора конфет «ILPASSO», внешний вид упаковки которого сходен до степени смешения с внешним видом упаковки подарочного набора шоколадных конфет «IMPRESSO», находящегося на рынке около 7 лет и обладающего высокой узнаваемостью у потребителей.

Внешний вид упаковки наборов конфет «ILPASSO», выполненный в одной цветовой гамме с упаковкой подарочного набора шоколадных конфет «IMPRESSO» (молочной, черной), сходство композиционного построения, цвета общего фона упаковки, доминирующего элемента на фоне одинаково подобранных вспомогательных элементов (конфеты, золотистые какао-бобы и полосы), написание обозначений на упаковке сходным шрифтом буквами латинского алфавита, одинаковые цвета букв (желтый или золотистый), визуальное выделение отдельных букв («-ss-»), идентичные начальные буквы «и» (i), окончания -cco (-sso), совпадающий ударный слог в используемых обозначениях, свидетельствуют об имитации внешнего вида упаковки набора конфет Заявителя.

Указание ООО «Юниаква» на то, что в качестве одного из примеров при разработке внешнего вида наборов конфет «ILPASSO» специалистами типографии ЗАО «Miko ir Tado leidykla» был выбран дизайн набора конфет «MELANIE», ранее выпускаемого СП ОАО «Спартак» и взятого им за основу при разработке внешнего вида упаковки подарочного набора шоколадных конфет «IMPRESSO», также свидетельствует об имитации

внешнего вида упаковки известного производителя, а не разработке своего собственного дизайна.

Также вследствие неоднократного изменения цветового исполнения подарочного набора шоколадных конфет «IMPRESSO» в преддверие праздников потребители привыкли к постоянным изменениям дизайна упаковки и появление на полках магазинов наборов конфет «ILPASSO» в синей упаковке могло вызвать у них впечатление об очередном обновлении внешнего вида упаковки известного им набора конфет.

Кроме того, обозначения «IMPRESSO» и «ILPASSO», используемые производителями на упаковках наборов конфет, могут восприниматься потребителем как своеобразная игра слов («импрессо» – «ильпассо»), что также может навести на мысль, что они принадлежат одному производителю.

Приведенные доводы подтверждаются результатами проведенного анкетирования потребителей, в ходе которого 84,1% респондентов высказали мнение, что исследуемые наборы конфет сходны до степени смешения, а большинство опрошенных указали, что могут приобрести набор конфет «ILPASSO» (ООО «Юниаква») по ошибке, принимая его за набор конфет «IMPRESSO» (СП ОАО «СПАРТАК»), перепутав как обозначения на упаковках наборов конфет (69,6%), так и сами упаковки наборов конфет (72,5%).

Исследуемые наборы конфет относятся к той категории товаров, при покупке которых потребитель не склонен проявлять повышенную степень внимательности и осмотрительности, и приобретает их в основном по привычке, основываясь на предыдущем опыте покупки и руководствуясь уже имеющимся впечатлением от внешнего вида товара.

С целью привлечения и поддержания интереса к бренду «IMPRESSO» за период с момента введения в гражданский оборот по настоящее время Заявителем на рекламные мероприятия (участие в выставках, реклама на телевидении и в печатных изданиях, реклама на транспорте и др.) потрачены значительные денежные средства, в то время как ООО «Юниаква» осуществляло продвижение наборов конфет «ILPASSO» только путем предоставления скидок покупателям.

Таким образом, в течение краткосрочного периода (с января по март 2020 года) ООО «Юниаква», симитировав внешний вид упаковки подарочного набора шоколадных конфет «IMPRESSO», без дополнительных затрат на продвижение выпускаемого набора конфет «ILPASSO», вошло на рынок республики, где около семи лет реализовывался набор конфет конкурента, что подтверждает направленность действий ООО «Юниаква» на приобретение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности.

3. Действия ООО «Юниаква» по введению в гражданский оборот на территории республики набора конфет «ILPASSO», внешний вид упаковки которого имитирует внешний вид упаковки подарочного набора шоколадных конфет «IMPRESSO» Заявителя, способствуют созданию смешения наборов конфет обоих производителей и противоречат требованиям абзаца третьего статьи 29 Закона.

При этом в соответствии с абзацем третьим статьи 29 Закона запрещается недобросовестная конкуренция путем совершения хозяйствующим субъектом действий, способных создать смешение с деятельностью другого хозяйствующего субъекта либо с товарами, вводимыми конкурентом в гражданский оборот на территории Республики Беларусь, в том числе копирование или имитация внешнего вида товара, вводимого в гражданский оборот на территории Республики Беларусь другим хозяйствующим субъектом, упаковки такого товара, его этикетки, наименования, цветовой гаммы, фирменного стиля (в совокупности фирменной одежды, оформления торгового зала, витрины) или иных элементов, индивидуализирующих конкурента и (или) его товар.

4. Действия ООО «Юниаква» по введению в гражданский оборот набора конфет «ILPASSO» способны причинить убытки Заявителю в виде упущенной выгоды в результате перераспределения потребительского спроса в сторону товара конкурента. При этом объем недополученной выручки СП ОАО «Спартак» оценивает в размере 635 тыс. руб.

Кроме того, Заявителем понесены расходы в сумме 300,0 руб. за подготовку патентным поверенным сравнительного анализа обозначений и упаковок СП ОАО «СПАРТАК» и ООО «Юниаква».

Согласно части первой пункта 2 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 неполученные доходы, которые это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено (упущенная выгода).

Таким образом, установленными в ходе рассмотрения заявления обстоятельствами и имеющимися доказательствами подтверждается наличие совокупности признаков нарушения антимонопольного законодательства в части осуществления недобросовестной конкуренции, запрет на которую предусмотрен абзацем третьим статьи 29 Закона, в действиях ООО «Юниаква», выразившихся во введении в гражданский оборот на территории республики набора конфет «ILPASSO», внешний вид упаковки которого имитирует внешний вид упаковки подарочного набора шоколадных конфет «IMPRESSO» Заявителя, что способствует созданию смешения наборов конфет обоих производителей.

На основании изложенного, руководствуясь абзацем пятым статьи 14 Закона, МАРТ

РЕШИЛО:

Установить факт наличия нарушения антимонопольного законодательства, предусмотренного абзацем третьим статьи 29 Закона Республики Беларусь от 12 декабря 2013 г. № 94-З «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции», в действиях общества с ограниченной ответственностью «Юниаква».

Признать наличие оснований для вынесения предписания и начала административного процесса.

Признать отсутствие оснований для совершения антимонопольным органом иных действий, направленных на устранение и (или) предотвращение нарушения антимонопольного законодательства.

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

Первый заместитель Министра,
заместитель председателя комиссии



И.В.Вежновец