

24

Приложение
к протоколу заседания комиссии
Министерства антимонопольного
регулирования и торговли Республики
Беларусь по установлению факта
наличия (отсутствия) нарушения
антимонопольного законодательства
31 января 2018 г. № 22

РЕШЕНИЕ № 74/6-2018

31 января 2018 г.
10.00

г.Минск

Комиссия Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь по установлению факта наличия (отсутствия) нарушения антимонопольного законодательства (далее - Комиссия) на основании полномочий, предоставленных приказом Министра антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 14 декабря 2016 г. № 133, рассмотрев обращение ОАО «Пивзавод «Оливария», ОАО «Криница», ИЗАО «Пивоварни Хайникен» по вопросу нарушения ОАО «Лидское пиво», УП «Перспектпресс», Лидским районным исполнительным комитетом антимонопольного законодательства (Закона Республики Беларусь от 12 декабря 2013 года «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» (далее – Закон),

УСТАНОВИЛА:

1. Существо вопроса в изложении заявителей и хозяйствующих субъектов, в отношении которых поданы заявления.

1.1. Существо вопроса в изложении Заявителей.

ОАО «Пивзавод «Оливария», ОАО «Криница», ИЗАО «Пивоварни Хайникен» в своих заявлениях указывают на наличие признаков недобросовестной конкуренции (статья 16 Закона) во время организации и проведения фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer», выразившихся в использовании утверждения «Лида - столица пивоварения».

Фестиваль «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» проводился УП «Перспектпресс» исключительно в интересах ОАО «Лидское пиво» и был приурочен к 140-летию создания Лидского пива. При этом на фестивале «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» не было представлено пиво других субъектов хозяйствования Республики

Беларусь, занимающихся производством пива и расположенных за пределами города Лиды. Никто из представителей пивоваренной отрасли, кроме ОАО «Лидское пиво», не получил соответствующее приглашение.

Заявители полагают, что совместное использование понятия «столица» и «пивоварение» (отрасль) с учетом идентификации «столицы» именно как «белорусской» практически распространяет неточные и недостоверные сведения, как в отношении места производства, так и в отношении всех участников рынка «пива», расположенных за пределами города Лида. По мнению Заявителей, использование понятия «Лида-столица пивоварения»:

распространяет неточные и недостоверные сведения, как в отношении места производства, так и в отношении всех участников рынка «пива», расположенных за пределами города Лида;

создает впечатление об уникальности и преимуществе товаров производителей пивоваренной отрасли, расположенных в городе Лида (ОАО «Лидское пиво»), над товарами других пивоваренных предприятий, что дискредитирует других участников пивоваренной отрасли и способно повлиять на свободу выбора потребителя;

подобное произвольное присвоение публичного статуса «столицы пивоварения» городу (Лида не является главным городом страны, а также не является культурной либо исторической столицей), не подкрепленного документально и не признанного общественностью, вводит в заблуждение потребителей, противоречит публичному порядку и принципам добросовестной конкуренции;

само словосочетание «столица пивоварения» - является фантазийным.

Заявителями сделан вывод, что целью распространения утверждения «Лида - столица пивоварения» является поддержание интереса к проводимому фестивалю «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» и к продукции (пиво) реализуемой на фестивале и в отношении конкретного производителя (ОАО «Лидское пиво»).

Кроме того, указанные действия привели к тому, что средства массовой информации широко освещали данное мероприятие с однозначным акцентом города Лиды как столицы пивоварения, активно и повсеместно использовался слоган «Лида - столица пивоварения».

Дополнительные пояснения и сведения:

организация массового мероприятия: недобросовестное сотрудничество.

Заявителем (ОАО «Пивзавод «Оливария») было получено письмо Лидского районного исполнительного комитета, где сообщается о том, что «Лида - столица пивоварения» является девизом фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer», непосредственными организаторами

которого являлись ОАО «Лидское пиво» и рекламное агентство FCBMINSK (УП «Прспектпресс»). Исходя из этого, Заявитель делает вывод, что было проведено массовое мероприятие в форме фестиваля, к которому Лидский районный исполнительный комитет отношения не имеет как организатор. При этом в средствах массовой информации (далее - СМИ), в том числе на сайте lidbeer.by, было указано, что организаторами фестиваля являются ОАО «Лидское пиво», рекламное агентство FCBMINSK (УП «Прспектпресс») и Лидский районный исполнительный комитет.

Предположения Заявителя:

массовое мероприятие фестиваль «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» (с организаторами УП «Прспектпресс» и ОАО «Лидское пиво») проходил совместно с массовым мероприятием «День города» (организатор - Лидский районный исполнительный комитет), что является прямым нарушением части восьмой статьи 9 Закона Республики Беларусь от 30 декабря 1997 года «О массовых мероприятиях в Республике Беларусь» (далее - Закон о массовых мероприятиях), согласно которой запрещается проведение одновременно нескольких массовых мероприятий в одном месте или по одному маршруту движения;

фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» не было, был только день города, при этом ОАО «Лидское пиво» фактически осуществило рекламное мероприятие, используя местный бюджет, выделенный на празднование дня города;

манипуляция с товарными знаками. Согласно базе данных, полученной от Национального центра интеллектуальной собственности Республики Беларусь (далее - НЦИС), стало известно, что в феврале 2016 года ОАО «Лидское пиво» подало в НЦИС заявки на регистрацию в качестве товарных знаков графические и словесные обозначения «Лида - столица пивоварения». В последующем все права на эти заявки были переданы ОАО «Лидское пиво» Лидскому районному исполнительному комитету.

По мнению Заявителей, такое одобрение органами государственной власти и управления и их должностными лицами коммерческого мероприятия направленного на рекламу пива, производимого ОАО «Лидское пиво», создает у потребителя мнение о том, что качество производимого и рекламируемого ОАО «Лидское пиво» товара обеспечивается наличием одобрения органов государственной власти и даже его поддержкой. Это признак согласованных действий, которые запрещены статьей 15 Закона.

последствия выявленных несоответствий - неэтичное поведение.

Фестиваль «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer», который позиционировался, как пивной может не соответствовать требованиям

этичности (статья 26 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 года «О рекламе» (далее – Закон о рекламе). Целевая аудитория праздника «День города» не имеет ограничений по возрастному цензу, в то время как коммерческое мероприятие фестиваль «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» имеет ограничение - 18 лет. В программе фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» предусмотрена «Детская тропинка», которая предполагает развлекательную программу для детей;

пунктом 2 статьи 15 Закона предусмотрен запрет государственным органам, принимать акты законодательства, заключать соглашения, совершать иные действия (бездействие), ограничивающие самостоятельность хозяйствующих субъектов и создающие дискриминационные условия деятельности, в том числе предоставление государственных преференций, что означает предоставление отдельным хозяйствующим субъектам преимущества, обеспечивающего им более выгодные условия деятельности, путем передачи государственного имущества, иных объектов гражданских прав либо путем предоставления мер государственной поддержки.

В действиях ОАО «Лидское пиво», УП «Перспектпресс», Лидского районного исполнительного комитета Заявители усматривают следующие нарушения законодательства:

подпунктов 1.1 и 1.2 пункта 1 статьи 15 Закона, подпункта 1.2 пункта 1 статьи 16 Закона, части восьмой статьи 9 Закона о массовых мероприятиях, статьи 26 Закона о рекламе.

1.2. Существо вопроса в изложении субъектов хозяйствования, в отношении которых поданы заявления.

ОАО «Лидское пиво» поясняет, что с целью показать город Лида, как город с полутора вековой традицией пивоварения, внесшего вклад в культуру потребления пива в Беларуси, 3 сентября 2016 года в рамках праздничных мероприятий, организуемых Лидским районным исполнительным комитетом и посвященных Дню города Лида, состоялся фестиваль «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer», техническим организатором которого являлся УП «Перспектпресс», заказчиком и спонсором - ОАО «Лидское пиво».

В рамках договора между ОАО «Лидское пиво» и УП «Перспектпресс» (далее - Договор), последнему поручалось разработать креативную концепцию пивного фестиваля Lidbeer-2016, согласно которой в дальнейшем был определен формат его проведения.

В рамках Договора УП «Перспектпресс» предоставлено право привлечения третьих лиц. Прямых договоров с подрядчиками и субподрядчиками ОАО «Лидское пиво» не заключало.

Участие формировалось на общих (единых) основаниях. Участником фестиваля определялось лицо (физическое или юридическое) подавшее

лично или через представителя не позднее 01.08.2016 заявку на сайт lidbeer.by, которая принималась УП «Проспектпресс» и согласно которой это лицо допускалось к участию в фестивале «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer». Фактически каждый желающий мог стать участником фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer».

В адрес ОАО «Лидское пиво» обращений от других субъектов пивоваренной отрасли с запросом об участии в фестивале не поступало.

Финансирование фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer», в том числе за оказанные УП «Проспектпресс» услуги осуществлялось ОАО «Лидское пиво».

Распространение информации о проведении фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» в сети интернет осуществлялось УП «Проспектпресс» и ООО «Институт общественных связей» в рамках договора на оказание услуг PR-поддержки.

Выражение «Лида - столица пивоварения» появилось в результате проведения предыдущего фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» в рамках празднования Дня города Лиды в 2015 году. На пресс-конференции данное утверждение было озвучено председателем Лидского районного исполнительного комитета Карповичем М.К. и Министром культуры Республики Беларусь Светловым Б.В.

По мнению ОАО «Лидское пиво» данное выражение понравилось как организаторам фестиваля, так и горожанам. По завершении фестиваля при проведении ООО «Центр управленческих решений» маркетингового исследования потребительских предпочтений в рекламе пива на вопрос: «Какой город Вы бы назвали Столицей Пивоварения Беларуси?» 44,7% респондентов дали ответ - «Лида». Респонденты из города Лиды в опросе участия не принимали.

Лидским исполкомом зарегистрирован словесный товарный знак № 60383 «Лида-столица пивоварения». Использование данного выражения в коммуникации при проведении фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer», в том числе со стороны ОАО «Лидское пиво» осуществлялось с разрешения Лидского районного исполнительного комитета и исключительно для повышения привлекательности города Лиды и данного региона Беларуси в целом, а также развития туризма.

Также ОАО «Лидское пиво» считает необходимым указать, что проведение пивных фестивалей в Беларуси давняя сложившаяся традиция, при этом, как правило, все фестивали проводятся с привлечением одного производителя пива либо по его (производителя) инициативе.

Кроме того, ОАО «Лидское пиво» обращает внимание на тот факт, что ОАО «Пивзавод «Оливария»» обратилось с заявкой о регистрации торгового знака «Столица пивоварения» немедленно после проведения первого Фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» в 2015

году, когда впервые руководством города Лида и Министром культуры был озвучен данный слоган. ОАО «Лидское пиво» полагает, что данный факт сам по себе указывает на недобросовестность поведения конкурента на товарном рынке.

УП «Прспектпресс». Заказчиком по договору, согласно которому УП «Прспектпресс» оказывало услуги по организации указанного мероприятия, являлось ОАО «Лидское пиво». Фестиваль «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» проводился в рамках празднования Дня города Лиды. Формат проведения фестиваля был задан Заказчиком - ОАО «Лидское пиво», УП «Прспектпресс», в свою очередь, разработало и согласовало с ОАО «Лидское пиво» концепцию интерактивности.

Финансирование услуг УП «Прспектпресс» по организации фестиваля осуществлялось ОАО «Лидское пиво» в рамках договора на оказание услуг.

Договора подряда и субподряда заключались УП «Прспектпресс» при организации и проведении фестиваля, в том числе на монтаж сцены, оказание услуг по ведению мероприятия, промоушн, установку шатров, обеспечение освещения, разработку мобильного приложения и т.д., в общей сложности более полусотни договоров.

В фестивале приняли участие все, подавшие заявки на сайте фестиваля: розничная торговля, общественное питание, ремесленники, лица, оказывающие услуги по организации досуга и другие. УП «Прспектпресс» не располагает подтверждениями, что пивоваренная отрасль Республики Беларусь была представлена только одним участником. ОАО «Пивзавод Оливария» в адрес УП «Прспектпресс» по вопросам проведения (участия) фестиваля не обращалось.

Распространение информации о проведении Фестиваля в сети интернет осуществлялось УП «Прспектпресс», включая ссылки lidbeer.by, news.tut.by, naviny.by.

Лидский районный исполнительный комитет по вопросу организации и проведения Фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer», состоявшегося в городе Лида пояснил следующее.

Фестиваль «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» проводился в рамках празднования дня города с целью *повышения туристической привлекательности города Лиды. Непосредственным организатором и заказчиком фестиваля являлось ОАО «Лидское пиво».

Информация о приеме заявок на участие в Фестивале размещалась на сайте lidbeer.by. Непосредственно приемом заявок на участие в фестивале «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» занималось УП «Прспектпресс». Фестиваль «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» являлся открытым, любой желающий мог подать заявку на участие в Фестивале, в том числе и представители пивоваренной отрасли, однако

заявок на участие последних не поступало. Сведения об участниках, подавших заявки, были переданы Лидскому районному исполнительному комитету для организации их работы. Всего было подано 35 заявок юридических лиц и индивидуальных предпринимателей для участия в праздничной торговле.

Лидским районным исполнительным комитетом договоры подряда и субподряда при организации и проведении Фестиваля не заключались.

На сайте Лидского районного исполнительного комитета была размещена информация о проведении 3 сентября 2016 года праздника города Лида и фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer», и программа праздничных мероприятий.

Кроме того, Лидский районный исполнительный комитет в отношении проведения праздника дня города Лиды и фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» пояснил следующее: поскольку празднование дня города проводилось по инициативе Лидского районного исполнительного комитета, а фестиваль «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» проводился в рамках празднования дня города, то в соответствии с частью третьей статьи 3 Закона о массовых мероприятиях порядок организации и проведения массовых мероприятий, за исключением части четвертой статьи 4, части первой, абзацев пятого - восьмого, десятого и одиннадцатого части второй, абзацев четвертого - восьмого, одиннадцатого и двенадцатого части третьей, частей четвертой - шестой статьи 11, абзаца четвертого части первой и части второй статьи 12 Закона о массовых мероприятиях, не распространяется на данное мероприятие.

2. Информация, полученная в ходе рассмотрения заявления о нарушении антимонопольного законодательства, в части осуществления недобросовестной конкуренции.

2.1. По вопросу организации, проведения и спонсорства празднования дня города Лида в 2016 году и фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» в 2016 году.

В пределах компетенции, в ходе сбора и анализа информации было установлено.

Программа фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» и Дня города Лиды, проводимых в 2016 году, разработана совместно Лидским районным исполнительным комитетом и ОАО «Лидское пиво», размещена на официальном сайте Лидского районного исполнительного комитета и в официальном районном издании «Лидская газета».

Организация и проведение фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» в 2016 году осуществлялась в рамках празднования дня города Лида за счет средств ОАО «Лидское пиво» без использования средств районного бюджета.

Непосредственным организатором, заказчиком и спонсором мероприятий, проводимых в рамках вышеуказанного мероприятия в 2016 году, являлось ОАО «Лидское пиво». Сумма израсходованных средств на организацию и проведение фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» в 2016 году ОАО «Лидское пиво» составила 441 000,0 руб.

Финансирование расходов на проведение театрализованного открытия праздника города Лиды в 2016 году осуществлялось за счет средств районного бюджета. На празднование дня города в 2016 году было запланировано 1600 белорусских рублей, потрачено 865 белорусских рублей 5 копеек.

ОАО «Лидское пиво» в рамках заключенного договора с УП «Перспектпресс» поручило разработать концепцию проведения фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» в 2016 году. В свою очередь для организации проведения фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» УП «Перспектпресс» заключало договора субподряда и подряда.

Распространение информация о проведении фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» в сети интернет осуществлялось УП «Перспектпресс».

Лидским районным исполнительным комитетом информация о проведении 3 сентября 2016 года праздника города Лида и фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» и программа праздничных мероприятий была размещена лишь на сайте Лидского районного исполнительного комитета. В средства массовой информации сообщения о проведении фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» Лидским районным исполнительным комитетом не направлялись.

Для принятия участия в фестивале «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» необходимо было подать заявку на сайте www.lidbeer.by, которые принимались УП «Перспектпресс» согласно правилам участия в фестивале «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» 2016.

В фестивале «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» фактически принимали участие различные субъекты торговли и общественного питания, ремесленники, организации в сфере отдыха, досуга и развлечений.

Перечень юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, принявших участие в праздничной торговле, был определен решением Лидского районного исполнительного комитета от 29 августа 2016 года №872 «Об организации работы нестационарных торговых объектов и объектов общественного питания в день проведения праздника города».

Непосредственно в адрес Лидского районного исполнительного комитета заявок от представителей пивоваренной отрасли, кроме ОАО «Лидское пиво» не поступало.

В адрес Лидского районного исполнительного комитета обращений (заявлений, жалоб) от физических и (или) юридических лиц по вопросам организации и проведения праздника города Лида и фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» в 2016 году, в том числе и об отсутствии в розничной реализации пива других производителей, кроме ОАО «Лидское пиво» - не поступало.

Также в адрес ОАО «Лидское пиво» обращений от других субъектов пивоваренной отрасли с запросом об участии в фестивале «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» не поступало.

ОАО «Пивзавод Оливария», ИЗАО «Пивоварни Хайникен», ОАО «Криница» заявки на участие в проведении культурно-массовых мероприятий на территории Республики Беларусь, в том числе на участие в фестивалях, проводимых иными представителями пивоваренной отрасли, в качестве организатора, спонсора, участника не подавались.

Кроме того, полагаем целесообразным отметить, что пивные фестивали проводятся и многими пивоваренными производителями, в том числе ОАО «Пивзавод Оливария», ИЗАО «Пивоварни Хайникен», ОАО «Криница».

В связи с организацией праздничных мероприятий на площадке у Лидского районного Дворца культуры и в районе Лидского замка, в соответствии с требованиями статьи 11 Закона о массовых мероприятиях, Лидским районным исполнительным комитетом в адрес торговых объектов и объектов общественного питания, входящих в «зону трезвости» 500 метров от места проведения массовых мероприятий, направлены письма «Об ограничении времени продажи алкогольной продукции».

Поскольку ограничение времени продажи алкогольной продукции производилось на основании письма Лидского районного исполнительного комитета в соответствии с Законом о массовых мероприятиях, факт наличия нарушения статьи 15 Закона в части принятия органами исполнительной власти решений, иные правовые акты и совершения действий (бездействий), которые ограничивают самостоятельность субъектов хозяйствования и создают для них дискриминационные условия, что в свою очередь может повлечь недопущение, ограничение или устранение конкуренции, причинение вреда правам, свободам и законным интересам юридических или физических лиц, не установлено.

2.2. По вопросу использования слогана «Лида-столица пивоварения» и регистрации товарных знаков.

На момент рассмотрения обращений за Лидским районным исполнительным комитетом зарегистрировано 4 товарных знака за следующими номерами:

59305 - комбинированный товарный знак с использованием слогана «Лида - столица пивоварения»;

60383 - словесный товарный знак «Лида - столица пивоварения»;

60417 - товарный знак с использованием слогана «Лида - столица пивоварения»;

60418 - товарный знак с использованием слогана «Лида - столица пивоварения» Конкурс Арт-объектов.

Заявки на регистрацию товарных знаков с использованием слогана «Лида-столица пивоварения» подавались ОАО «Лидское пиво» НЦИС с последующей передачей прав на указанные заявки Лидскому районному исполнительному комитету.

На стадии регистрации товарного знака № 60383 первоначально заявителем был получен отказ в регистрации. При проведении повторной экспертизы обозначения, заявленного на регистрацию в качестве товарного знака, было вынесено решение о регистрации товарного знака «Лида-столица пивоварения», с учетом представленных доводов: экспертное заключение ГНУ «Институт истории Национальной Академии Наук Беларуси», письмо ООО «Центр управленческих решений» о результатах маркетингового исследования.

На стадии рассмотрения находятся две заявки на регистрацию товарных знаков с использованием слогана «Лида – столица пивоварения».

2.3. По вопросу проведения одновременно нескольких массовых мероприятий в одном месте.

ОАО «Лидское пиво» обратилось в Лидский районный исполнительный комитет с просьбой разрешить проведение фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» в городе Лида 3 сентября 2016 года в рамках праздничных мероприятий, посвященных Дню города.

В свою очередь Лидский районный исполнительный комитет согласовал ОАО «Лидское пиво» проведение фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» и гала-концерта, финансируемых за счет средств ОАО «Лидское пиво».

Кроме того, праздник города Лиды проведен в соответствии с распоряжением председателя Лидского районного исполнительного комитета от 1 августа 2016 года № 118-р «Об организации и проведении праздника города Лиды».

Праздник города Лиды и фестиваль «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» проходили в рамках одной программы праздника города Лиды и фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer».

3. Обстоятельства, установленные в ходе рассмотрения заявления.

3.1. Наличие конкурентных отношений на рассматриваемом товарном рынке.

Согласно подпункту 1.22 пункта 1 статьи 1 Закона к хозяйствующим субъектам относятся юридические лица и индивидуальные предприниматели, осуществляющие предпринимательскую деятельность и (или) имеющие право на ее осуществление.

В соответствии с подпунктом 1.8 пункта 1 статьи 1 Закона конкурентами являются хозяйствующие субъекты, осуществляющие предпринимательскую деятельность на одном и том же товарном рынке.

ОАО «Пивзавод Оливария», ИЗАО «Пивоварни Хайникен», ОАО «Криница», ОАО «Лидское пиво» являются хозяйствующими субъектами, что подтверждается представленными копиями свидетельств о государственной регистрации.

В ходе рассмотрения заявлений установлено, что ОАО «Пивзавод Оливария», ИЗАО «Пивоварни Хайникен», ОАО «Криница», ОАО «Лидское пиво» являются участниками одного товарного рынка: производство пива. Реализация пива осуществляется на всей территории Республики Беларусь, что свидетельствует об общности географических границ и наличии между ними конкурентных отношений.

3.2. Направленность действий на получение преимуществ в предпринимательской деятельности путем дискредитации конкурентов в результате распространения ложных (недостоверных, неточных) сведений.

В данном случае под распространением ложных (недостоверных, неточных) сведений Заявителями понимается использование ОАО «Лидское пиво» при проведении фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» слогана «Лиды-столица пивоварения».

Справочно:

Согласно подпункту 1.4. пункта 1 статьи 20 Закона Республики Беларусь от 5 февраля 1993 года «О товарных знаках и знаках обслуживания» (далее – Закон о товарных знаках) 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.

Кроме того, пунктом 3 статьи 20 Закона о товарных знаках правовая охрана товарного знака может быть прекращена досрочно в отношении всех или части товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, вследствие неиспользования товарного

знака без уважительных причин непрерывно в течение любых трех лет после его регистрации.

Согласно информации, полученной в ходе рассмотрения обращений Заявителей, было установлено, что слоган «Лида-столица пивоварения» использовался в рамках проведения фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» с целью повышения привлекательности города Лиды, развития туризма и привлечения внимания к данному региону Гродненской области и является волевым решением Лидского районного исполнительного комитета.

Использование данного выражения при проведении фестиваля «Фестиваль хмеля, солода и воды «Lidbeer» со стороны ОАО «Лидское пиво» и его подрядчиков, осуществлялось с разрешения Лидского районного исполнительного комитета.

Справочно:

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о товарных знаках никто не может использовать охраняемый на территории Республики Беларусь товарный знак без разрешения его владельца.

Получение устного согласия правообладателя на использование товарного знака любым третьим лицом, как и получение согласия, путем получения письма-согласия, не противоречит законодательству и является правомерным.

Правомерность утверждения слогана «Лида-столица пивоварения» подтверждена экспертным заключением ГНУ «Институт истории Национальной Академии Наук Беларуси». Заключение о целесообразности присвоения городу Лиды статуса столица пивоварения было сделано по результатам проведенной научной экспертизы представленных материалов ОАО «Лидское пиво», а также исследовательской работы по выявлению и анализу архивных и иных документов. С учетом вышеназванного экспертного заключения НЦИС было вынесено решение о регистрации товарного знака «Лида-столица пивоварения».

Относительно передачи прав на заявку на регистрацию товарных знаков.

Согласно пункту 5 статьи 8 Закона о товарных знаках в период проведения экспертизы заявки до даты регистрации товарного знака заявитель вправе подать в патентный орган заявление об изменении заявителя по заявке при наличии согласия нового заявителя.

В соответствии с пунктом 156 Положения о порядке регистрации товарного знака и знака обслуживания, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 28 декабря 2009 г. № 1719 «Об утверждении Положения о порядке регистрации товарного знака и знака обслуживания и о внесении изменений в некоторые постановления Совета Министров Республики Беларусь», заявление о передаче прав на заявку должно быть подано в патентный орган заявителем или лицом,

получающим право на заявку (новым заявителем). Заявление должно быть подписано как лицом, передающим право, так и лицом, получающим право на заявленное обозначение.

На основании такого заявления патентный орган вносит изменения в материалы заявки и всю последующую переписку ведет с новым заявителем.

Кроме того, в процессе рассмотрения обращений Заявителей была запрошена дополнительная информация об объемах реализации пива на территории Гродненской области с целью установления факта подрыва доверия потребителей к продукции конкурентов в результате распространения ложных (недостоверных, неточных) сведений. Полученные данные свидетельствуют о сохранении тенденции объемов реализации пива на территории Гродненской области.

Справочно:

• 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).

Иной информации, подтверждающей факт влияния использования слогана «Лиды-столица пивоварения» на выбор потребителя пива и, как следствие, снижении объемов произведенного пива ОАО «Пивзавод Оливария», ИЗАО «Пивоварни Хайникен», ОАО «Криница», Заявителями не представлено.

Таким образом, направленность действий ОАО «Лидское пиво» на получение преимуществ при реализации пива собственного производства в связи с озвученным слоганом «Лиды-столица пивоварения» и его способность нанести ущерб и причинить убытки конкурентам не установлена.

3.3. *Соглашения, согласованные действия (бездействия) государственного органа с хозяйствующим субъектом.*

Поскольку ограничение времени продажи алкогольной продукции производилось на основании письма Лидского районного исполнительного комитета в соответствии с Законом о массовых мероприятиях, факт наличия нарушения статьи 15 Закона, в части принятия органами исполнительной власти решений, иных правовых актов и совершения действий (бездействий), которые ограничивают самостоятельность субъектов хозяйствования и создают для них дискриминационные условия, что в свою очередь может повлечь недопущение, ограничение или устранение конкуренции, причинение вреда правам, свободам и законным интересам юридических или

физических лиц, не установлено.

3.4. Проведение двух массовых мероприятий.

В соответствии с абзацами вторым и третьим статьи 2 Закона о массовых мероприятиях к массовым мероприятиям относят собрание, митинг, уличное шествие, демонстрацию, пикетирование и иное массовое мероприятие, а спортивные, культурно-массовые, иные зрелищные мероприятия, религиозные мероприятия, проводимые в специально не предназначенных для этой цели местах под открытым небом либо в помещении, относятся к иным массовым мероприятиям.

Согласно части восьмой статьи 9 Закона о массовых мероприятиях запрещается проведение одновременно нескольких массовых мероприятий в одном месте или по одному маршруту движения. На данную норму Закона о массовых мероприятиях ссылается в своем заявлении ОАО «Пивзавод Оливария».

Следует отметить, что согласно статье 3 Закона о массовых мероприятиях порядок организации и проведения массовых мероприятий, за исключением части четвертой статьи 4, части первой, абзацев пятого - восьмого, десятого и одиннадцатого части второй, абзацев четвертого - восьмого, одиннадцатого и двенадцатого части третьей, частей четвертой - шестой статьи 11, абзаца четвертого части первой и части второй статьи 12 настоящего Закона о массовых мероприятиях, не распространяется на массовые мероприятия, проводимые по решению государственных органов.

3.5. Ненадлежащая реклама. (Распространение ложной рекламной информации, которая создает впечатление о преимуществе определенной пивоваренной компании).

В 2016 году ОАО «Пивзавод Оливария», ИЗАО «Пивоварни Хайникен», ОАО «Криница» уже обращалось в Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь по вопросу нарушения ОАО «Лидское пиво» Закона о рекламе. По результатам рассмотренных обращений в 2016 году Министерством антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь факта ненадлежащей рекламы не установлено.

Анализ полученных в ходе рассмотрения обращений документов и сведений не позволяет констатировать факт нарушения в действиях ОАО «Лидское пиво», УП «Перспектпресс» и Лидского районного исполнительного комитета требований Закона, Закона о рекламе, Закона о массовых мероприятиях.

В частности не нашли документального или иного подтверждения факты:

распространения ложных (недостоверных, неточных) сведений со стороны ОАО «Лидское пиво», УП «Перспектпресс» и Лидского

районного исполнительного комитета в ходе проведения праздничных мероприятий, посредством использования слогана «Лиды-столица пивоварения», направленных на получение преимуществ в предпринимательской деятельности ОАО «Лидское пиво» путем дискредитации конкурентов;

соглашений, согласованных действий (бездействий) Лидского районного исполнительного комитета ОАО «Лидское пиво», которые могли бы ограничить конкуренцию (и) или причинить вред законным интересам иным производителям пива.

На основании изложенного, руководствуясь подпунктом 1.2 пункта 1 статьи 9 Закона и пунктом 6 Инструкции о порядке установления факта наличия (отсутствия) нарушения антимонопольного законодательства, утвержденной постановлением Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 25.11.2016 № 42, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать факт отсутствия нарушений антимонопольного законодательства со стороны ОАО «Лидское пиво», УП «Прспектпресс», Лидского районного исполнительного комитета.

Настоящее решение может быть обжаловано в суд.

Министр,
председатель Комиссии



В.В.Колтович