

Приложение
к протоколу заседания комиссии
Министерства антимонопольного
регулирования и торговли по
установлению факта наличия
(отсутствия) нарушения
антимонопольного законодательства
от 6 марта 2025 г. № 13

РЕШЕНИЕ № 569/7-2025

6 марта 2025 г.

г. Минск

Министерство антимонопольного регулирования и торговли (далее – МАРТ) по результатам рассмотрения комиссией МАРТ по установлению факта наличия (отсутствия) нарушения антимонопольного законодательства, действующей на основании полномочий, предоставленных приказом Министра 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 указано иное, – Закон) заявления закрытого акционерного общества «АТЛАНТ» (далее – ЗАО «АТЛАНТ», заявитель) от 06.11.2024 № 62-51/14769 о нарушении антимонопольного законодательства частным торговым унитарным предприятием «Оптово-логистический центр «С-Видео» (далее, если не указано иное, соответственно – ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео», заявление о нарушении)

УСТАНОВИЛО:

информация о заявителе.

Согласно свидетельству о государственной регистрации ЗАО «АТЛАНТ» зарегистрировано решением Минского городского исполнительного комитета от 29.09.2000 № 1099 в Едином государственном реестре юридических лиц и индивидуальных предпринимателей (далее – ЕГР) за № 100010198, место нахождения: 220035, г. Минск, пр-т Победителей, д. 61.

Основной вид деятельности – производство бытовых холодильников, морозильников (код 27512 общегосударственного

классификатора Республики Беларусь ОКРБ 005-2011 «Виды экономической деятельности», утвержденного постановлением Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь от 5 декабря 2011 г. № 85 (далее – ОКЭД). Основной производимой продукцией ЗАО «АТЛАНТ» являются холодильники и морозильники, стиральные машины автоматические.

ЗАО «АТЛАНТ» осуществляет оптовую торговлю производимой продукцией на территории Республики Беларусь.

ЗАО «АТЛАНТ» уточнило, что хозяйствующие субъекты, входящие в одну группу лиц с ЗАО «АТЛАНТ», как и само ЗАО «АТЛАНТ», розничную торговлю на территории Республики Беларусь товарами с товарным знаком «АТЛАНТ» не осуществляли.

Информация о лице, в отношении которого подано заявление о нарушении.

Согласно свидетельству о регистрации ЧТУП «Оптовологистический центр «С-Видео» зарегистрировано Барановичским городским исполнительным комитетом 12.08.2009 в ЕГР за № 290610287, место нахождения: 220114, г. Минск, ул. Филимонова, д. 20, пом. 15.

Основной вид деятельности – розничная торговля электрическими бытовыми приборами в специализированных магазинах (код ОКЭД 47540). ЧТУП «Оптовологистический центр «С-Видео» осуществляет оптовую и розничную торговлю бытовой техникой на территории Республики Беларусь.

ЧТУП «Оптовологистический центр «С-Видео» на товарный рынок Республики Беларусь поставляются холодильники, морозильники, стиральные машины, телевизоры, плиты, пылесосы, вытяжки, духовые шкафы, кухонные комбайны, микроволновые печи и другая бытовая техника.

ЧТУП «Оптовологистический центр «С-Видео» входит в одну группу лиц по признакам, указанным в подпунктах 1.1 и 1.2 статьи 8 Закона, с физическим лицом «С».

Существо вопроса в изложении заявителя.

В заявлении о нарушении ЗАО «АТЛАНТ» указало на то, что является владельцем товарного знака **АТЛАНТ**, зарегистрированного государственным учреждением «Национальный центр интеллектуальной собственности» (далее – НЦИС), номер регистрации: 20366 (дата регистрации: 28.12.2004, действие свидетельства продлено до 13.10.2034), в том числе в отношении следующих упоминаемых в рекламном ролике групп товаров по Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ): 07 класс – машины стиральные (для белья); пылесосы; 11 класс – холодильники и морозильники компрессионные; холодильники термоэлектрические; шкафы-витрины

(торговые холодильники); плиты электрические кухонные; плиты индукционные; панели конфорочные; чайники электрические.

ЗАО «АТЛАНТ» 29.10.2024 стало известно о том, что на радиоканале «Радио Энерджи Беларусь Минск 100.4 FM» распространяется звуковой рекламный ролик следующего содержания: *«Холодильники, плиты, машины стиральные, все очень стильные, функциональные, вместо атланта теперь встречай магазины техно на техно точка бай»* (далее – рекламный ролик). Владелец радиоканала является Национальный филиал (представительство) Межгосударственной телерадиокомпании «Мир» в Республике Беларусь (далее – НПМТРК «Мир»).

Помимо этого, владелец сайта techno.by рассылает потенциальным потребителям (массовая рассылка) смс-сообщения следующего содержания: *«TECHNO вместо Атлант! Скидка 15 %!»* <https://techno.by/letter.pdf> (далее – смс-сообщения).

ЗАО «АТЛАНТ» считает, что рекламодателем является ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео».

Также ЗАО «АТЛАНТ» пояснило, что ранее ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» являлось дилером ЗАО «АТЛАНТ», однако в 2024 году взаимоотношения с указанным контрагентом полностью прекращены, ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» право на использование товарного знака «Атлант» не имеет.

Вместе с тем в рекламном ролике и смс-сообщениях озвучена ссылка на товарный знак «АТЛАНТ», что ЗАО «АТЛАНТ» считает нарушением законных прав и интересов.

ЗАО «АТЛАНТ» сообщило, что признаки недобросовестной конкуренции в действиях ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» выражаются в следующих формах:

1. дискредитация присутствует в выражении рекламного ролика: *«Вместо атланта теперь встречай магазины техно на техно точка бай»*, так как данное выражение содержит в себе искаженные сведения в отношении наличия на рынке товара, производимого ЗАО «АТЛАНТ», поскольку товарный знак «АТЛАНТ» включен НЦИС в перечень общеизвестных товарных знаков, его применение широко известно в Республике Беларусь среди соответствующих потребителей в отношении товаров заявителя, а буквальное толкование слова «вместо» предполагает замещение («вместо» – заменяя, замещая кого-либо, что-либо). Такое искаженное представление о том, что товар, производимый ЗАО «АТЛАНТ», заменен на товар ТЕХНО, несет в себе угрозу наступления неблагоприятных последствий для имущественных и (или) неимущественных прав ЗАО «АТЛАНТ». В то же время техника

ТЕХНО на рынке Республики Беларусь не заменила собой технику, производимую ЗАО «АТЛАНТ»;

2. введение в заблуждение присутствуют в том же выражении рекламного ролика: *«Вместо атланта теперь встречай магазины техно на техно точка бай»*, поскольку указанное выражение вводит потребителей в заблуждение относительно информации о месте изготовления (производства), в том числе об изготовителе (производителе) товара АТЛАНТ и товара ТЕХНО, а также возможности его приобретения исключительно в *«магазинах техно на техно точка бай»*;

3. некорректное сравнение присутствует в полном тексте рекламного ролика: *«Холодильники, плиты, машины стиральные, все очень стильные, функциональные, вместо атланта теперь встречай магазины техно на техно точка бай»*, поскольку его текст прямо сравнивает товар, производимый ЗАО «АТЛАНТ», с таким же товаром конкурента путем определения характеристик товара *«очень стильные, функциональные»* без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, причем сравнение товаров конкурента построено с использованием неправильных логических операций таким образом, что его достоверность объективно не может быть ни подтверждена, ни опровергнута. Так, невозможно с достоверностью установить, является ли товар ТЕХНО очень стильным и функциональным по сравнению с таким же товаром, производимым ЗАО «АТЛАНТ».

ЗАО «АТЛАНТ» считает, что действия ЧТУП «Оптовологистический центр «С-Видео» по распространению рекламного ролика и смс-сообщений являются недобросовестной конкуренцией в соответствии со статьями 25, 26 и 27 Закона, просит установить факт наличия нарушения антимонопольного законодательства и привлечь виновных лиц к ответственности, предусмотренной законодательством.

Существо вопроса в изложении лица, в отношении которого подано заявление о нарушении.

ЧТУП «Оптовологистический центр «С-Видео» проинформировало о том, что является владельцем следующих товарных знаков в Республике Беларусь: TECHNO SMART в отношении товаров 7, 8, 9, 10, 11, 12, 21, 28, 34, 35 классов МКТУ (свидетельство № 76831, заявка подана 03.04.2023, зарегистрирован 29.08.2023, срок действия до 03.04.2033), TECHNO в отношении товаров 7, 8, 9, 10, 11, 12, 21, 28, 34, 35 классов МКТУ (свидетельство № 79040, заявка подана 03.04.2023, зарегистрирован 26.07.2024, срок действия до 03.04.2033), представлены надлежаще оформленные копии свидетельств на товарные знаки.

Между ЗАО «АТЛАНТ» и ЧТУП «Оптовологистический центр «С-Видео» ранее был заключен лицензионный договор от 16.08.2022

№ 2196-22 (далее – лицензионный договор № 2196-22) на право использования товарного знака **АТЛАНТ** (свидетельство № 20365) в процессе реализации продукции ЗАО «АТЛАНТ» (07 кл. (машины стиральные для белья) и 11 кл. (холодильники и морозильники) МКТУ) в своей розничной сети на территории Республики Беларусь. При этом ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» предоставлялось право на использование товарного знака **АТЛАНТ** только для его применения при внешнем и внутреннем оформлении торгового помещения, в том числе при оформлении вывесок на фасаде и внутри торгового помещения, в рекламе, при оформлении ценников, бейджей, визитных карточек, специальной одежды для обслуживающего персонала, а также в иной рекламной продукции по согласованию с ЗАО «АТЛАНТ».

Информация о розничной сети магазинов ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео».

№ п/п	Место расположения.	Фирменное наименование	График работы
1.	маг. Барановичи, ул. Комсомольская, 9	GEFEST	Пн.-Пт.: 10:00 — 20:00 Сб.-Вс.: 10:00 — 19:00
2.	маг. Барановичи, ул. Ленина, 21	TECHNO	Пн.-Пт.: 10:00 — 20:00 Сб.-Вс.: 10:00 — 19:00
3.	маг. Барановичи, ул. Ленина, 3	TECHNO	Пн.-Пт.: 10:00 — 20:00 Сб.-Вс.: 10:00 — 19:00
4.	маг. Бобруйск, ул. Октябрьская, 136/36	TECHNO	Пн.-Пт.: 10:00 — 20:00 Сб.-Вс.: 10:00 — 19:00
5.	маг. Брест, пр-т Машерова, 39	TECHNO	Пн.-Пт.: 10:00 — 20:00 Сб.-Вс.: 10:00 — 19:00
6.	маг. Витебск, ул. Чкалова, 19-1	TECHNO	Пн.-Пт.: 10:00 — 20:00 Сб.-Вс.: 10:00 — 19:00
7.	маг. Гомель, пр-т Речицкй, 14	TECHNO	Пн.-Пт.: 10:00 — 20:00 Сб.-Вс.: 10:00 — 19:00
8.	маг. Гродно, ул. К.Маркса, 44	TECHNO	Пн.-Пт.: 10:00 — 20:00 Сб.-Вс.: 10:00 — 19:00
9.	маг. Жлобин, ул. Барташова, 26	TECHNO	Пн.-Пт.: 10:00 — 20:00 Сб.-Вс.: 10:00 — 19:00
10.	маг. Минск, ул. Кальварийская, 3	TECHNO	Пн.-Пт.: 10:00 — 20:00 Сб.-Вс.: 10:00 — 19:00
11.	маг. Могилев, пр-т Міра, 25	TECHNO	Пн.-Пт.: 10:00 — 20:00 Сб.-Вс.: 10:00 — 19:00
12.	маг. Молодечно, ул. Великий Гостинец, 143Б-2-5	TECHNO	Пн.-Пт.: 10:00 — 20:00 Сб.-Вс.: 10:00 — 19:00
13.	маг. Орша, ул. К.Маркса, 30	TECHNO	Пн.-Пт.: 10:00 — 20:00 Сб.-Вс.: 10:00 — 19:00
14.	маг. Осиповичи, ул. Сумченко, 29	TECHNO	Пн.-Пт.: 10:00 — 20:00 Сб.-Вс.: 10:00 — 19:00
15.	маг. Пинск, пл. Ленина, 4	TECHNO	Пн.-Пт.: 10:00 — 20:00 Сб.-Вс.: 10:00 — 19:00
16.	маг. Речица, ул. Ленина, 209А	TECHNO	Пн.-Пт.: 10:00 — 20:00 Сб.-Вс.: 10:00 — 19:00
17.	маг. Солигорск, ул. К.Заслонова, 47-73	TECHNO	Пн.-Пт.: 10:00 — 20:00 Сб.-Вс.: 10:00 — 19:00

18.	Интернет-магазин	Atlantshop.by	09:00 — 21:00
19.	Интернет-магазин	Techno.by	09:00 — 21:00

Также ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» проинформировало о наличии договора поставки между ЗАО «АТЛАНТ» и ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» от 23.02.2024 № 240060-030, согласно которому поставлялись холодильники, морозильники, торговое оборудование, стиральные машины (срок действия до 31.12.2024).

Письмом от 12.07.2024 № 63-22/9053 ЗАО «АТЛАНТ» проинформировало ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» о расторжении лицензионного договора № 2196-22 с 01.08.2024 и предъявило требования демонтировать с 01.08.2024 фасадные вывески «ATLANT» торговых объектов и исключить использование товарного знака в оформлении экстерьеров/интерьеров данных торговых объектов, в том числе при оформлении интернет-магазина www.atlantshop.by.

По информации ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео», рекламный ролик был создан для того, чтобы проинформировать потребителей о переименовании торговых объектов с «ATLANT» на «TECHNO».

Размещение рекламного ролика осуществлялось в эфире радиопрограммы «Energy FM» НПМТРК «Мир» в период с 01.09.2024 по 31.10.2024 на основании договора между НПМТРК «Мир» и ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» от 02.08.2024 № 40 (далее – договор № 40). Факты эфирной трансляции подтверждены актами сдачи-приемки оказанных услуг от 30.09.2024 № 40-09 и от 31.10.2024 № 40-10.

ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» отмечает, что в рекламном ролике при использовании слов «Атлант» и «Техно» не применяются такие термины, как «товарный знак», «продукция», «товары», «предприятие» или «общество». Слово «Техно» используется исключительно в сочетаниях «магазины Техно» и «техно точка бай», что является ссылкой на Интернет-магазин. Данные обстоятельства подчеркивают, что рекламный ролик содержит информацию, указывающую на смену наименований торговых объектов, ранее известных под наименованием «ATLANT».

Также ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» поясняет: «Рекламный ролик дословно содержит: *«место атланта теперь встречай магазины техно на техно бай»*. Данный фрагмент содержит информацию, указывающую на смену наименований торговых объектов. Под словом «атлант» подразумевается оформленные вывески на фасадах и внутри торгового помещения «ATLANT», словосочетание «место атланта» подразумевает замену

наименования торговых объектов с «ATLANT» на «TECHNO». Следует отметить, что прямое указание в рекламном ролике «*встречай магазины*» свидетельствует о том, что речь идет не о технике, произведенной ЗАО «АТЛАНТ», или о самом обществе, а исключительно о смене наименования торговых объектов».

Смс-сообщение «*TECHNO вместо Атлант! Скидка 15 %!* <https://techno.by/letter.pdf>» создано сотрудниками ЧТУП «Оптовологистический центр «С-Видео» и информирует о замене наименования торговых объектов с «ATLANT» на «TECHNO». Предлог «вместо» в данном сообщении указывает на фактическое изменение наименований торговых объектов.

Потребителями товаров, реализуемых ЧТУП «Оптовологистический центр «С-Видео», являются физические лица, хозяйствующие субъекты различных видов деятельности.

Обстоятельства, установленные в ходе рассмотрения заявления о нарушении.

В результате осмотра сотрудниками МАРТ информации в глобальной компьютерной сети Интернет по ссылке <https://techno.by/letter.pdf> установлено, что по данной ссылке загружается рекламное обращение к потребителям (физическим лицам) генерального директора ЧТУП «Оптовологистический центр «С-Видео», нацеленное на предложение бытовой техники TECHNO (акт осмотра от 12.12.2024). На сайте <https://techno.by> имеется информация о том, что продавцом товаров бытовой техники, представленной на сайте, является ЧТУП «Оптовологистический центр «С-Видео».

При рекламе товаров (бытовой техники) на сайте <https://techno.by> используется товарный знак «TECHNO», который также присутствует в наименовании товаров. Среди предлагаемых к продаже товаров: стиральные машины, холодильники, воздухоочистители, утюги, микроволновые печи, морозильники, пылесосы, блендеры.

На сайте размещены фотографии фасадов магазинов ЧТУП «Оптовологистический центр «С-Видео», которые называются «TECHNO», что свидетельствует о том, что проведена смена наименований магазинов.

НПМТРК «Мир» письмом от 20.12.2024 № 08/24/1067 подтвердило информацию о том, что в эфире радиопрограммы «Energy FM» распространялся рекламный ролик следующего содержания «Холодильники, плиты, машины стиральные, все очень стильные, функциональные, вместо атланта теперь встречай магазины техно на техно точка бай».

Основанием для распространения ролика являлся договор № 40. Согласно эфирной справке в период с 01.09.2024 по 31.10.2024

рекламный ролик выходил в эфир 820 раз. С ноября 2024 г. размещение рекламы ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» прекращено.

Рекламный ролик был создан НПМТРК «Мир» на основании договора № 40 в августе 2024 г., задание на создание ролика и текст для его создания были предоставлены ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео».

НПМТРК «Мир» отмечает, что в соответствии с пунктом 2.4 договора № 40 ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» обязано предоставлять рекламную информацию, которая должна соответствовать требованиям действующего законодательства.

НЦИС проинформировало о следующем.

В Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Республики Беларусь по состоянию на 11 декабря 2024 г. зарегистрированы:

на частное торговое унитарное предприятие «Оптово-логистический центр «С-Видео» (указан адрес: 225409, *Брестская обл., г. Барановичи, ул. Советская, д. 55*) (BY) – товарные знаки № 31912, № 55331, № 63679, № 75445, № 76831, № 79040;

на производственное объединение по выпуску бытовых холодильников (ПО «Атлант») (без указания адреса) (BY) – товарные знаки № 167, № 407, № 408;

на акционерное общество по выпуску бытовых холодильников «АТЛАНТ» (указан адрес: 220711, *г. Минск, пр-т. Машерова, д. 61*) (BY) – товарные знаки № 3435, № 3436, № 3437, № 3438;

на закрытое акционерное общество «Атлант» (без указания адреса) (BY) – товарный знак № 6517, № 6518;

на акционерное общество «Атлант» (указан адрес: 220711, *г. Минск, пр-т. Машерова, д. 61*) (BY) – товарный знак № 6519, № 6520;

на закрытое акционерное общество «Атлант» (указан адрес: 220711, *г. Минск, пр-т. Машерова, д. 61*) (BY) – товарные знаки № 18923, № 18924, № 20365, № 20366;

на общество с ограниченной ответственностью «БелИнвестТорг» (указан адрес: 225710, *г. Пинск, проезд Калиновского, д. 2*) (BY) – товарный знак № 22501;

на закрытое акционерное общество «АТЛАНТ» (указан адрес: 220035, *г. Минск, пр-т Победителей, 61*) (BY) – товарный знак № 49576, № 49577, № 49578, № 79905.

В Государственном реестре лицензионных договоров, договоров уступки и договоров залога прав на объекты интеллектуальной собственности Республики Беларусь по состоянию на 11 декабря 2024 г. имеется информация о 16 договорах неисключительной лицензии на товарные знаки, содержащие слово «Атлант», заключенных

ЗАО «АТЛАНТ» с 9 хозяйствующими субъектами, в том числе с ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео»:

договор неисключительной лицензии на товарные знаки по свидетельствам Республики Беларусь № 18924, № 20365, заключенный между ЗАО «АТЛАНТ» (ВУ) и ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» (ВУ) от 17 сентября 2013 г., регистрационный № 5241. Срок действия договора – до 30 сентября 2018 г.;

договор неисключительной лицензии на товарный знак по свидетельству Республики Беларусь № 20365, заключенный между ЗАО «АТЛАНТ» (ВУ) и ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» (ВУ) от 5 апреля 2019 г., регистрационный № 8944. Срок действия договора – до 30 сентября 2022 г.;

договор неисключительной лицензии на товарный знак по свидетельству Республики Беларусь № 20365, заключенный между ЗАО «АТЛАНТ» (ВУ) и ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» (ВУ) от 12 октября 2022 г., регистрационный № 11197. Срок действия договора – до 30 сентября 2025 г.

ЗАО «АТЛАНТ» сообщило, что (наряду с лицензионным договором № 2196-22 с ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео») действующими в 2024 году были лицензионный договор от 01.04.2023 № 1086-23 с частным торговым унитарным предприятием «Фаткулин» (далее – ЧТУП «Фаткулин») и лицензионный договор от 16.08.2022 № 2197-22 с закрытым акционерным обществом «Атлант-Орша» (далее – ЗАО «Атлант-Орша») (не является дочерним, аффилированным либо взаимозависимым лицом по отношению к ЗАО «АТЛАНТ») на право использования товарного знака **АТЛАНТ** (свидетельство № 20365) в процессе реализации продукции ЗАО «АТЛАНТ» (07 кл. (машины стиральные для белья) и 11 кл. (холодильники и морозильники) в своей розничной сети на территории Республики Беларусь. Розничная сеть ЗАО «Атлант-Орша» состоит из одного объекта по адресу г. Орша, ул. К. Маркса, д. 28, сеть ЧТУП «Фаткулин» – из 2-х объектов: г. Новополоцк, ул. Молодежная, д. 169 и г. Лида, ул. Труханова, д. 21, наименование вышеуказанных магазинов – «АТЛАНТ».

Аналогично договору с ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» в договорах с ЗАО «Атлант-Орша» и ЧТУП «Фаткулин» предоставлялось право на использование товарного знака **АТЛАНТ** только для его применения при внешнем и внутреннем оформлении торгового помещения, в том числе при оформлении вывесок на фасаде и внутри торгового помещения, в рекламе, при оформлении ценников, бейджей, визитных карточек, специальной одежды для обслуживающего персонала, а также в иной рекламной продукции по согласованию с ЗАО «АТЛАНТ».

НЦИС высказало следующее мнение.

В соответствии с подпунктом 1.4 пункта 1 статьи 20 Закона Республики Беларусь от 5 февраля 1993 г. № 2181-XII «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.

Использованием товарного знака может признаваться его использование с незначительными изменениями отдельных элементов, не влияющими на его различительную способность (пункт 2 статьи 20 Закона о товарных знаках).

При этом в соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о товарных знаках нарушением исключительного права на товарный знак признается использование товарного знака или обозначения, сходного с ним до степени смешения, без разрешения владельца товарного знака, выражающееся в совершении действий, предусмотренных пунктом 1 статьи 20 Закона о товарных знаках, в отношении однородных товаров, а также неоднородных товаров, обозначенных товарным знаком, признанным общеизвестным в Республике Беларусь.

НЦИС обращает внимание на то, что ЗАО «АТЛАНТ» является владельцем общеизвестного в Республике Беларусь товарного знака «АТЛАНТ», охраняемого в отношении всего перечня товаров и услуг всех классов МКТУ.

Таким образом, НЦИС полагает, что упоминание товарных знаков «АТЛАНТ» в рекламе (в том числе в рекламных роликах и смс-оповещениях) с целью индивидуализации товаров и услуг, в отношении которых охраняются указанные товарные знаки, может быть признано использованием этих товарных знаков.

В рамках разъяснения о том, используется ли слово «атлант» в рекламном ролике и смс-сообщении с целью индивидуализации товаров, в отношении которых охраняется товарный знак «АТЛАНТ», а также для понимания того, когда товарный знак используется с целью индивидуализации товаров, в отношении которых он охраняется, Государственный комитет по науке и технологиям (далее – ГКНТ) сообщил следующее.

В соответствии с пунктом 1 статьи 1 Закон о товарных знаках товарным знаком и знаком обслуживания (далее – товарный знак) признается обозначение, способствующее отличию товаров и (или) услуг одного лица от однородных товаров и (или) услуг других лиц.

Таким образом, товарный знак индивидуализирует товары и услуги в том случае, если способствует отличию товаров и (или) услуг конкретного лица от однородных товаров и (или) услуг других лиц.

Поскольку словесное обозначение «АТЛАНТ» является общеизвестным товарным знаком в Республике Беларусь, то использование тождественного или сходного с ним до степени смешения обозначения в отношении любых товаров и услуг может быть признано нарушением исключительного права на указанный товарный знак.

ГКНТ полагает, что если потребитель воспринимает из текста рекламного ролика или смс-сообщения обозначение «АТЛАНТ» как относящееся к производимым ЗАО «АТЛАНТ» товарам, то его упоминание в этом рекламном ролике или смс-сообщении может считаться использованием товарных знаков, содержащих обозначение «АТЛАНТ», для индивидуализации товаров и услуг, в отношении которых они охраняются.

Учитывая объективную необходимость оценки потребительского спроса на продукцию ЗАО «АТЛАНТ» и мнение ГКНТ об оценке индивидуализации товаров, для исследования восприятия потребителями (физическими лицами) бытовой техники звукового рекламного ролика и смс-сообщения был проведен онлайн-опрос на площадке Google в глобальной компьютерной сети Интернет (звуковой рекламный ролик участники опроса имели возможность прослушать перейдя по ссылке, размещенной в диспозиционной части Google-формы опроса, а также была сохранена работоспособность гиперссылки из смс-сообщения на документ, с которым знакомились получатели смс-сообщения).

В период с 16.12.2024 по 26.12.2024 в опросе приняли участие 655 человек.

Результаты опроса представлены в таблице.

	Да		Нет		Иные	
Узнаваем ли для Вас на рынке бытовой техники товарный знак «АТЛАНТ»?	640	97,7%	15	2,3%	0	0,0%
Узнаваем ли для Вас на рынке бытовой техники товарный знак «TECHNO»?	159	24,3%	489	74,7%	7	1,1%
Воспринимаете ли Вы слово «атлант» в рекламном ролике, как относящееся к производимым товарам ЗАО «АТЛАНТ» (ЗАО «АТЛАНТ» производит холодильники, морозильники, стиральные машины)?	549	83,8%	102	15,6%	4	0,6%
Рекламный ролик воспринимается Вами как информация о замене товаров, производимых ЗАО «АТЛАНТ», товарами «TECHNO»?	458	69,9%	184	28,1%	13	2,0%

Понятно ли Вам из содержания рекламного ролика, кто является изготовителем (производителем) товара? Ответы: понятно/непонятно/иное	215	32,8%	425	64,9%	15	2,3%
Усматриваете ли Вы в рекламном ролике сравнение товаров, реализуемых под товарными знаками «АТЛАНТ» и «TECHNO»?	368	56,2%	270	41,2%	17	2,6%
Считаете ли Вы, что слово «атлант» в рекламном ролике использовано в рамках информации о замене магазинов «АТЛАНТ» на магазины «TECHNO»?	446	68,1%	196	29,9%	13	2,0%
Воспринимаете ли Вы слово «атлант» в смс-сообщении как относящееся к производимым товарам ЗАО «АТЛАНТ»?	538	82,1%	109	16,6%	8	1,2%
Текст смс-сообщения воспринимается Вами как информация о замене товаров, производимых ЗАО «АТЛАНТ», товарами «TECHNO»?	445	67,9%	193	29,5%	17	2,6%
Усматриваете ли Вы в смс-сообщении сравнение товаров, реализуемых под товарными знаками «АТЛАНТ» и «TECHNO»?	364	55,6%	275	42,0%	16	2,4%

Среди результатов опроса отметим, что 83,8 процентов участников опроса воспринимают слово «атлант» в рекламном ролике, как относящееся к производимым товарам ЗАО «АТЛАНТ», 82,1 процентов участников также воспринимают слово «атлант» и в смс-сообщении.

Кроме этого, 69,9 процентов участников опроса воспринимают содержание рекламного ролика как информацию о замене товаров, производимых ЗАО «АТЛАНТ», товарами «TECHNO» (67,9 процентов участников также оценивают текст смс-сообщения).

Удельный вес участников, которые считают, что слово «атлант» в рекламном ролике использовано в рамках информации о замене магазинов «АТЛАНТ» на магазины «TECHNO» составил 68,1 процентов.

Таким образом, результаты, полученные в ходе онлайн-опроса, не позволяют сделать однозначный вывод о степени восприятия потребителями бытовой техники информации, отраженной в рекламном ролике и смс-сообщениях, ввиду чего не представляется возможным объективно оценить результаты (предмет) опроса.

К оценке содержания и толкованию текста рекламного ролика и смс-сообщения с точки зрения лингвистики были привлечены государственное научное учреждение «Центр исследований белорусской культуры, языка и литературы Национальной академии наук Беларуси» (филиал «Институт языкознания имени Якуба Коласа») и ведущие университеты в этом направлении.

Старшим научным сотрудником государственного научного учреждения «Центр исследований белорусской культуры, языка и литературы Национальной академии наук Беларуси» сделано заключение о том, что предлог «вместо» имеет значение «заменяя, замещая кого-,

что-либо (положить мед вместо сахара, взять одну книгу вместо другой, иди вместо меня). Употребление предлога «вместо» подразумевает замену, замещение кого-либо или чего-либо.

Доцент кафедры филологического факультета Белорусского государственного университета сообщил: «Текст рекламного аудиоролика записан на слух, а не извлечен из официальных документов (контракта, договора о трансляции его в радиоэфире), о чем свидетельствуют орфографические и пунктуационные ошибки, а также недочеты в графическом оформлении текста рекламного ролика.

Для установления логических, смысловых и семантических, а также синтаксических связей в тексте рекламного ролика необходимо установить, в каких значениях используются слова (лексемы) в данном рекламном ролике. Современные толковые и энциклопедические словари определяют слово атлант как многозначное. Атлант – это герой древнегреческой мифологии, титан, державший на своих плечах небесный свод в наказание за участие в борьбе титанов против богов. Именем этого персонажа называют различные предприятия, объекты спортивного, культурного, общественного назначения. Минское предприятие по выпуску бытовой техники получило название «Атлант».

В русском языке действует закон называния предметов и явлений по смежности – метонимический перенос, при котором слово получает вторичное, производное значение по принципу смежности: вещество – изделие из этого вещества (добыча *серебра* – *серебро* сверкает на столе), дерево – плоды этого дерева (*вишня* зацвела – варенье из *вишни*), процесс – результат процесса (*сочинение* заданий для олимпиады – написать *сочинение*) и др. По этой схеме появляются дополнительные значения у наименования Атлант: работать на «Атланте» (на предприятии) – поедem в «Атлант» покупать холодильник (в магазин, торгующий товарами марки «Атлант») – мой «Атлант» уже 15 лет работает без ремонта (изделие предприятия «Атлант»). На конкретное значение многозначного слова указывает его словесное окружение (контекст).

Контекст в рекламном ролике помогает установить, что лексема «Атлант» употреблена в значении «магазин, торгующий продукцией предприятия «АТЛАНТ». Этот вывод подтверждается наличием в тексте рекламного ролика слова «магазины». Следовательно, смысловая структура рекламного ролика такова: разнообразную бытовую технику (идет перечисление без указания производителя товаров и наличия ее на рынке бытовой техники), которая является стильной и функциональной (характеристики техники без сравнения), можно отыскать (встретить, встречай) не только в магазинах фирмы «АТЛАНТ», но и в магазинах «TECHNO», далее приводится название сайта *techno.by* (на котором можно отыскать адреса магазинов).

Установленное значение слова Атлант позволяет сделать следующее заключение:

1) На вопрос 1: *о возможности текста рекламного ролика и смс-сообщения создавать искаженное представление о наличии на рынке товаров, производимых ЗАО «АТЛАНТ»* — дать ответ отрицательный, так как в рекламном ролике ничего не говорится о наличии на рынке товаров, производимых ЗАО «АТЛАНТ».

2) На вопрос 2: *о возможности текста рекламного ролика и смс-сообщения вводить потребителей в заблуждение относительно изготовителя (производителя) товара* — дать ответ не представляется возможным, т.к. в тексте рекламного ролика не указано, товары какого производителя продаются в магазинах.

3) На вопрос 3: *о наличии в ролике некорректного сравнения товаров, реализуемых под разными товарными знаками «АТЛАНТ» и «TECHNO»* — дать ответ не представляется возможным, поскольку текст рекламного ролика не содержит никакого сравнения (корректного или некорректного) товаров разных производителей».

Учреждение образования «Витебский государственный университет имени П.М.Машерова» сообщило: «Представленные для лингвистического анализа тексты рекламного ролика «Холодильники, плиты, машины стиральные, все очень стильные, функциональные, вместо атланта теперь встречай магазины техно на техно точка бай» и смс-сообщений «TECHNO вместо Атлант! Скидка 15%! [http:// technj.by/letter.pdf](http://technj.by/letter.pdf)», действительно, содержат сравнение магазинов и/или продукции торговых марок «TECHNO» и «АТЛАНТ».

Фразы рекламного ролика и смс-сообщений построены таким образом, что предлагают потенциальному потребителю сделать выбор в пользу торговой марки «TECHNO» и даже заменить ею продукцию бренда «АТЛАНТ»: «TECHNO вместо «АТЛАНТ»!». Выделенный в тексте предлог «вместо» имеет, согласно «Словарю русского языка», только одно значение — «взамен кого-либо, чего-либо» [Словарь русского языка: в 4-х т./АН СССР. Ин-т рус. яз.; под ред. А. П. Евгеньевой. — 3-е изд., стереотип. М.: Русский язык, 1985. — Т. I. С. 187].

Таким образом, тексты могут быть истолкованы как имеющий однозначный смысл, а их целью является убеждение потенциального потребителя в необходимости предпочесть одну из сравниваемых торговых марок. Информация, поданная в такой форме, может быть оценена как некорректное сравнение, способное ввести потребителей в заблуждение».

ЗАО «АТЛАНТ» видит угрозу наступления неблагоприятных последствий для имущественных и неимущественных прав предприятия. По мнению заявителя, негативные последствия для ЗАО «АТЛАНТ»

выражаются в уменьшении объемов реализации товаров ЗАО «АТЛАНТ» за счет увеличения объема реализации товара конкурента и недополучение прибыли. Вред деловой репутации ЗАО «АТЛАНТ» выражается в распространении посредством рекламного ролика сведений о товаре ЗАО «АТЛАНТ», не соответствующих действительности.

При принятии решения об установлении факта наличия (отсутствия) нарушения антимонопольного законодательства необходимо учесть следующие обстоятельства, установленные в ходе рассмотрения заявления о нарушении.

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

Для квалификации действий в качестве недобросовестной конкуренции необходимо установить наличие совокупности следующих признаков.

1. Наличие конкурентных отношений между хозяйствующими субъектами на рассматриваемом товарном рынке.

В соответствии с абзацами седьмым, пятнадцатым и семнадцатым статьи 1 Закона:

конкурентами признаются хозяйствующие субъекты, осуществляющие продажу и (или) приобретение товаров на одном товарном рынке, а также намеревающиеся осуществить продажу и (или) приобретение товаров на одном товарном рынке;

товарный рынок – сфера обращения товара, не имеющего заменителей, либо взаимозаменяемых (аналогичных) товаров на территории Республики Беларусь или ее части, определяемая исходя из экономической, технической или иной возможности потребителя либо целесообразности приобретения товара на соответствующей территории и отсутствия этой возможности либо целесообразности за ее пределами;

хозяйствующим субъектом является коммерческая организация, некоммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход, индивидуальный предприниматель, а также иное физическое лицо, не зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, но осуществляющее профессиональную деятельность,

приносящую ему доход, которая в соответствии с законодательством подлежит лицензированию.

ЗАО «АТЛАНТ» и ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» являются хозяйствующими субъектами, что подтверждается сведениями из ЕГР и копиями свидетельств о государственной регистрации.

ЗАО «АТЛАНТ» и ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» осуществляют оптовую торговлю бытовой техникой, в том числе холодильниками, морозильниками, стиральными машинами автоматическими на территории Республики Беларусь.

ЗАО «АТЛАНТ» уточнило, что хозяйствующие субъекты, входящие в одну группу лиц с ЗАО «АТЛАНТ», как и само ЗАО «АТЛАНТ», розничную торговлю на территории Республики Беларусь товарами с товарным знаком «АТЛАНТ» не осуществляли, это свидетельствует о том, что ЗАО «АТЛАНТ» и ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» не являются конкурентами на рынке розничной реализации бытовой техники, в том числе холодильников, морозильников, стиральных машин на территории Республики Беларусь.

Таким образом, ЗАО «АТЛАНТ» и ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» осуществляют деятельность на одном товарном рынке – рынке оптовой реализации бытовой техники, в том числе холодильников, морозильников, стиральных машин автоматических в географических границах Республики Беларусь, то есть являются конкурентами.

2. Направленность действий ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» на приобретение преимуществ (выгод) в предпринимательской деятельности.

В ходе рассмотрения заявления о нарушении подтверждены действия ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» по распространению рекламного ролика и смс-сообщений.

Письмом от 12.07.2024 № 63-22/9053 ЗАО «АТЛАНТ» проинформировало ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» о расторжении лицензионного договора № 2196-22 с 01.08.2024 и предъявило требования демонтировать с 01.08.2024 фасадные вывески «ATLANT» с торговых объектов.

В рамках выполнения требований ЗАО «АТЛАНТ» при расторжении лицензионного договора ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» демонтировало фасадные вывески «ATLANT» торговых объектов собственной розничной сети, вместо вывесок «ATLANT» были установлены вывески «TECHNO».

С целью информирования потребителей о смене наименования торговых объектов с «ATLANT» на «TECHNO» ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» были предприняты действия по

распространению соответствующей информации на радио и посредством смс-оповещения.

Таким образом, действия ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» по распространению рекламного ролика и смс-сообщений были связаны с информированием потребителей о смене наименования собственных торговых объектов в рамках исполнения требований ЗАО «АТЛАНТ», что свидетельствует об отсутствии направленности действий на получение преимуществ (выгод) в предпринимательской деятельности.

3. Наличие противоречия требованиям Закона, а также требованиям добросовестности и разумности.

В соответствии с абзацем первым статьи 25 Закона запрещается недобросовестная конкуренция путем дискредитации, то есть распространения хозяйствующим субъектом ложных, неточных или искаженных сведений.

При оценке действий ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» по распространению рекламного ролика и смс-сообщений МАРТ приходит к выводу, что в рекламном ролике и смс-сообщении ничего не говорится о наличии на рынке товаров, производимых ЗАО «АТЛАНТ».

В рекламном ролике и смс-сообщениях отсутствует ложная, неточная или искаженная информация о качестве и потребительских свойствах товара, предлагаемого к продаже, способах и условиях его изготовления (производства) или применения, результатах, ожидаемых от использования такого товара, наличии такого товара на рынке, возможности его приобретения на определенных условиях.

Факты отказа потребителей от товаров ЗАО «АТЛАНТ» в пользу товаров «TECHNO» на основании информации из рекламного ролика и смс-сообщений не установлены.

ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» действиями по распространению рекламного ролика и смс-сообщений распространялась соответствующая действительности информация о смене наименования торговых объектов с «АТЛАНТ» на «TECHNO».

Таким образом, в действиях ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» по распространению рекламного ролика и смс-сообщений не усматривается факт нарушения абзаца первого статьи 25 Закона.

В соответствии с абзацем четвертым статьи 26 Закона запрещается недобросовестная конкуренция путем введения хозяйствующим субъектом в заблуждение, в том числе в отношении места изготовления (производства) его товара, предлагаемого к продаже, изготовителя (производителя) такого товара, гарантийных обязательств продавца или изготовителя (производителя) товара.

Содержание рекламного ролика и смс-сообщений не может указывать на фактическое отсутствие товара ЗАО «АТЛАНТ» на рынке, поскольку рекламный ролик и смс-сообщения не содержат сведений о товарах ЗАО «АТЛАНТ».

В распространении посредством рекламного ролика и смс-сообщений соответствующей действительности информации о смене наименования торговых объектов с «АТЛАНТ» на «TECHNO» отсутствует возможность введения в заблуждение. Факты формирования каких-либо ложных представлений в ходе рассмотрения заявления о нарушении не установлены.

Таким образом, в действиях ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» по распространению рекламного ролика и смс-сообщений не усматривается факт нарушения абзаца четвертого статьи 26 Закона.

В соответствии с абзацем третьей статьи 27 Закона запрещается недобросовестная конкуренция 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.

Упоминание в рекламном ролике и смс-сообщении наименований двух товарных знаков не придает содержанию текста характер сравнения с конкурентом и (или) его товаром. В тексте рекламного ролика и смс-сообщения отсутствуют слова и обозначения, создающие впечатление о превосходстве хозяйствующего субъекта или его товара, а также сравниваемые характеристики (параметры), результаты сравнения, негативная оценка конкурента или его товара.

Таким образом, в действиях ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» по распространению рекламного ролика и смс-сообщений не усматривается факт нарушения абзаца третьего статьи 27 Закона.

4. Причинение или возможность причинения действиями ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» убытков ЗАО «АТЛАНТ» либо нанесение или возможность нанесения вреда его деловой репутации.

В соответствии с частью 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).

Действия ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» по распространению рекламного ролика и смс-сообщений были связаны с распространением соответствующей действительности информация о смене наименования торговых объектов с «ATLANT» на «TECHNO», в которой отсутствовали сведения о товарах, производимых ЗАО «АТЛАНТ», что, соответственно, не могло создавать возможность причинения убытков ЗАО «АТЛАНТ» или нанесения вреда его деловой репутации.

Факты причинения убытков ЗАО «АТЛАНТ» действиями ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео» по распространению рекламного ролика и смс-сообщений ходе рассмотрения заявления о нарушении не установлены.

Таким образом, обстоятельствами, установленными при рассмотрении заявления о нарушении, и имеющимися доказательствами не подтверждается наличие совокупности признаков нарушения антимонопольного законодательства, предусмотренного абзацем первым статьи 25, абзацем четвертым статьи 26 и абзацем третьим статьи 27 Закона, в действиях ЧТУП «Оптово-логистический центр «С-Видео», выразившихся в распространении рекламного ролика и смс-сообщений.

По результатам рассмотрения заявления о нарушении, с учетом отраженных фактов и установленных обстоятельств, руководствуясь абзацем пятым статьи 14 Закона, МАРТ

РЕШИЛО:

установить факт отсутствия нарушений антимонопольного законодательства, предусмотренных абзацем первым статьи 25, абзацем четвертым статьи 26 и абзацем третьим статьи 27 Закона Республики Беларусь от 12 декабря 2013 г. № 94-З «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции», в действиях частного торгового унитарного предприятия «Оптово-логистический центр «С-Видео».

Признать отсутствие оснований для вынесения предписания и 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.

Заместитель Министра,
заместитель председателя комиссии  Н.В.Василевская