



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РІШЕННЯ

07 липня 2022 р.

Київ

№ 133-р

Про закриття провадження
у справі № 127-26.4/57-21

Антимонопольний комітет України, розглянувши матеріали справи № 127-26.4/57-21 про порушення приватним акціонерним товариством «Оболонь» [REDACTED] законодавства про захист від недобросовісної конкуренції та подання Управління розслідувань недобросовісної конкуренції про попередні висновки у справі від 07.12.2021 № 127-26.4/57-21/565-спр,

ВСТАНОВИВ:

1. ПРЕДМЕТ

- (1) Дії приватного акціонерного товариства «Оболонь» [REDACTED], що містять ознаки порушення, передбаченого статтею 4 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді використання оформлення упаковки пива «КІЇВСЬКЕ», схожого на оформлення упаковки пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» виробництва приватного акціонерного товариства «Карлсберг Україна» [REDACTED], без його дозволу (згоди), що призвело чи може призвести до змішування з діяльністю приватного акціонерного товариства «Карлсберг Україна».

2. СТОРОНИ

- (2) **Заявником** є приватне акціонерне товариство «Карлсберг Україна» (далі – Заявник, ПрАТ «Карлсберг Україна»).
- (3) ПрАТ «Карлсберг Україна» відповідно до Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань зареєстровано 05.08.1993, [REDACTED]. Місцезнаходження юридичної особи: [REDACTED].
- (4) Основним видом господарської діяльності ПрАТ «Карлсберг Україна» згідно з класифікацією видів економічної діяльності (КВЕД), зокрема, є 11.05. Виробництво пива (основний).
- (5) **Відповідачем** є приватне акціонерне товариство «Оболонь» (далі – Товариство, ПрАТ «Оболонь», Відповідач).

- (6) Товариство відповідно до Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань зареєстровано 29.06.1993, [REDACTED]. Місцезнаходження юридичної особи: [REDACTED]
- (7) Основним видом господарської діяльності Товариства згідно з класифікацією видів економічної діяльності (КВЕД), зокрема, є 11.05. Виробництво пива (основний).
- (8) Отже, Заявник та Відповідач, у розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції», є суб'єктами господарювання та конкурують на ринку виробництва пива.

3. ПРОЦЕСУАЛЬНІ ДІЇ

- (9) ПрАТ «Карлсберг Україна» звернулося до Антимонопольного комітету України (далі – Комітет) із заявою від 16.04.2020 № 2211-190 (вх. Комітету № 8-01/137-АМ від 22.04.2020) (далі – Заява № 2211-190) про наявність, на думку Заявника, у діях ПрАТ «Оболонь» ознак порушення статті 4 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді використання оформлення упаковки пива «КИЇВСЬКЕ», схожого на оформлення упаковки пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» виробництва приватного акціонерного товариства «Карлсберг Україна» [REDACTED], без його дозволу (згоди), що призвело чи може призвести до змішування з діяльністю приватного акціонерного товариства «Карлсберг Україна».
- (10) Листом Комітету № 127-26/09-6637 від 05.05.2020 Заяву № 2211-190 залишено без руху та запитано інформацію, відповідь на який надано ПрАТ «Карлсберг Україна» листом б/н від 11.06.2020 (вх. Комітету № 8-09/7439 від 11.06.2020).
- (11) Також ПрАТ «Карлсберг Україна» надано доповнення до Заяви № 2211-190 листом б/н від 11.06.2020 (вх. Комітету № 8-01/7440 від 11.06.2020).
- (12) До ПрАТ «Оболонь» надіслано вимогу Комітету про надання інформації № 127-26/09-8706 від 17.06.2020, відповідь на яку надано листом № 916/0/2-20 від 13.07.2020 (вх. Комітету № 8-09/9154 від 16.07.2020).
- (13) Листом Комітету № 127-26/09-11539 від 21.08.2020 про результати розгляду заяви ПрАТ «Карлсберг Україна» відмовлено у прийнятті Заяви № 2211-190 до розгляду у зв'язку із закінченням строку звернення із заявою до Комітету.
- (14) ПрАТ «Карлсберг Україна» подано заяву б/н від 29.09.2020 (вх. Комітету № 8-01/356-АМ від 29.09.2020) (далі – Заява) про наявність, на думку Заявника, у діях ПрАТ «Оболонь» ознак порушення статті 4 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» під час виробництва й реалізації на території України пива «КИЇВСЬКЕ» із наданням доказів непропущення строку звернення із Заявою та врахуванням матеріалів Заяви № 2211-190 під час розгляду Заяви.
- (15) До державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності» (далі – Укрпатент) надіслано вимогу Комітету про надання інформації № 127-26/09-14346 від 22.10.2020, відповідь на яку надано листом № Вих-15248/2020 від 05.11.2020 (вх. Комітету № 8-09/14698 від 11.11.2020).

- (16) Розпорядженням державного уповноваженого Комітету від 28.12.2020 № 09/374-р зупинено розгляд Заяви до завершення розгляду Укрпатентом заявки m201910099 «Київське» (комбінований) від 26.04.2019 ПрАТ «Оболонь».
- (17) ПрАТ «Карлсберг Україна» надано результати соціологічного опитування листом б/н від 18.02.2021 (вх. Комітету № 8-01/2289 від 18.02.2021).
- (18) Розпорядженням державного уповноваженого Комітету від 23.04.2021 № 06/106-р розгляд Заяви поновлено у зв'язку із завершенням розгляду Укрпатентом заявки m201910099 «Київське» (комбінований) від 26.04.2019 ПрАТ «Оболонь».
- (19) Розпорядженням державного уповноваженого Комітету від 23.04.2021 № 06/107-р розпочато розгляд справи № 127-26.4/57-21 за ознаками вчинення порушення ПрАТ «Оболонь», передбаченого статтею 4 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції».
- (20) Листом № 676/0/2-21 від 25.05.2021 (вх. Комітету № 8-01/7102 від 26.05.2021) ПрАТ «Оболонь» надано попередні пояснення у справі № 127-26.4/57-21 як відповідь на надіслане розпорядження про початок розгляду справи № 06/107-р від 23.04.2021 (далі – Пояснення).
- (21) Дорученням Голови Комітету від 07.06.2021 № 13-01/549 Південному, Північному, Східному, Західному, Південно-східному та Південно-західному міжобласним територіальним відділенням Комітету доручено провести анкетування споживачів пива біля продуктивних торговельних мереж щодо визначення схожості оформлення упаковки продукції.
- (22) Листом № 127-26/01-17584 від 07.12.2021 Заявнику надіслано подання з попередніми висновками у справі № 127-26.4/57-21 (далі – Подання), на яке Заявником листом № 4000211/29 від 13.01.2022 (вх. Комітету № 8-01/609 від 17.01.2022) надано заперечення.
- (23) Листом № 127-26/01-17585 від 07.12.2021 Товариству надіслано Подання, на яке Товариством листом № 99/0/2-22 від 28.01.2022 (вх. Комітету № 8-01/1238 від 31.01.2022) надано пояснення (далі – Додаткові пояснення).

4. ПОЗИЦІЯ ЗАЯВНИКА

- (24) ПрАТ «Карлсберг Україна» у Заяві № 2211-190, Заяві, листі б/н від 11.06.2020 (вх. Комітету № 8-09/7439 від 11.06.2020) та листі б/н від 11.06.2020 (вх. Комітету № 8-01/7440 від 11.06.2020) повідомило таку інформацію.
- (25) Основним видом діяльності ПрАТ «Карлсберг Україна» є виробництво пива. ПрАТ «Карлсберг Україна» належить до Carlsberg Group, однієї з провідних пивоварних груп у світі з великим портфелем брендів пива та інших напоїв. Carlsberg Group володіє виробничими потужностями в більш ніж 20 країнах світу та є одним із лідерів за рівнем доходів серед пивоварних корпорацій світу.
- (26) ПрАТ «Карлсберг Україна» є виробником пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» з 2000 року, що підтверджується витягом із протоколу № 20 Центральної галузевої дегустаційної комісії від 22.08.2000 і Технологічною інструкцією від 22.08.2000.

- (27) ПрАТ «Карлсберг Україна» використовувало та використовує позначення «ЛЬВІВСЬКЕ» у різних варіантах дизайну, проте зі збереженням його ключових елементів (єдиний шрифт та колір словесного елемента «ЛЬВІВСЬКЕ», домінуюча за розміром зелена геометрична фігура, золотисте окантування, герб у зеленому та золотому кольорах). Варіант дизайну позначення «ЛЬВІВСЬКЕ» відображений у зареєстрованому знаку для товарів та послуг, зокрема за свідоцтвом № 195593 (дата подання заявки – 06.06.2013):



- (28) Крім того, позначення «**ЛЬВІВСЬКЕ**» визнано добре відомим знаком в Україні стосовно публічного акціонерного товариства «Карлсберг Україна» на 01 січня 2009 року відповідно до рішення Апеляційної палати Державної служби інтелектуальної власності України від 03 жовтня 2014 року, що затверджено наказом Держслужби від 11.11.2014 № 481-Н.
- (29) Зміна дизайну пляшки пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» відбувалася таким чином:



- (30) Пиво «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» виробляє ПрАТ «Карлсберг Україна» та реалізовує у скляній пляшці зеленого кольору об'ємом 0,45 л з 2015 року з такими елементами зовнішнього оформлення:



- кольєретка золотого кольору із зображенням силуетів міста, із комбінованим позначенням «ЛЬВІВСЬКЕ» (зареєстрований знак для товарів та послуг № 195593) і написом «1715», виконаним зеленим кольором;
- етикетка, яка знаходиться в нижній частині пляшки, виконана в ідентичному з кольєреткою стилі;
- у центральній частині пляшки також знаходиться тиснення з фірмовим зображенням лева, що тримає кучоль, який є частиною комбінованого позначення «ЛЬВІВСЬКЕ», та напис-тиснення «ЛЬВІВСЬКА ПИВОВАРНЯ З 1715 РОКУ»;
- пляшка має конусоподібну форму.

- (31) Пиво «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» реалізовується на всій території України у традиційній, сучасній торгівлі та HoReCa; у всіх найбільших торговельних мережах України, зокрема таких, як: «АТБ», «Мегамаркет», «Ашан», «Сільпо», «FOZZY», «Novus», «МЕТРО», «Фуршет» та інших.
- (32) Заявник зазначає, що у 2018 році ПрАТ «Карлсберг Україна» зайняло перше місце на ринку пива, відповідно до даних компанії «Nielsen» щодо ринку роздрібної торгівлі пивом. Пиво «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» неодноразово отримувало нагороди за свою якість як одне з найкращих серед світлого пива України.
- (33) ПрАТ «Карлсберг Україна», просуваючи бренд «ЛЬВІВСЬКЕ 1715», виступало спонсором багатьох заходів, фестивалів та кінопрем'єр, серед яких були Фестиваль «300 Фест» на честь 300-річчя Львівської пивоварні, музичні фестивалі гурту «ОЕ», футбольний чемпіонат «Євро-2012», музичний конкурс «Євробачення 2017», фестиваль Atlas Weekend, українсько-американський художній фільм «Захар Беркут».
- (34) Просування бренду «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» здійснюється з використанням різних медіазасобів, включаючи телебачення, соціальні мережі, друковані оголошення, промо-акції в супермаркетах. Загалом маркетинговий бюджет для просування пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» тільки за період 2015 – 2019 років становив близько 240 млн грн.
- (35) 21 жовтня 2019 року ПрАТ «Карлсберг Україна» стало відомо про реалізацію пива «КИЇВСЬКЕ» (0,6 л) виробництва ПрАТ «Оболонь» та Заявником здійснено контрольну закупівлю пива «КИЇВСЬКЕ» (0,6 л) у мережі магазинів «О Маркет», що підтверджується, зокрема, фіскальним чеком від 21.10.2019.
- (36) На думку Заявника, використання ПрАТ «Оболонь» позначень, схожих на знак для товарів та послуг № 195593, та оформлення пляшки «КИЇВСЬКЕ» (0,6 л), схоже на пиво «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» (0,45 л), призводить до змішування діяльності ПрАТ «Оболонь» із

діяльністю ПрАТ «Карлсберг Україна», а саме до того, що у споживачів виникають / можуть виникати асоціації стосовно того, що «КИЇВСЬКЕ» є одним із брендів Заявника та належить до однієї і тієї ж серії пива разом із пивом «ЛЬВІВСЬКЕ 1715». При цьому Заявник не надавав дозволів (згоди) Товариству на використання оформлення пляшки пива, схожого на оформлення пляшки пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» (0,45 л).

(37) ПрАТ «Карлсберг Україна» вважає, що зовнішній вигляд пляшки пива «КИЇВСЬКЕ» (0,6 л) схожий на пляшку пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» (0,45 л). Ця схожість зумовлюється, зокрема, таким:

- схожістю кольореток, які займають домінуючу позицію в загальному зовнішньому вигляді пляшок (кольоретки розміщені схожим чином, мають схожий основний фон, схожі складові елементи кольореток, які розміщені аналогічним чином на кольоретках, ідентичний колір словесних елементів тощо);
- схожістю основних словесних позначень, а саме «ЛЬВІВСЬКЕ» та «КИЇВСЬКЕ», зокрема і з огляду на близькість закладених у них ідей, які породжують у споживачів асоціації між пивом та відповідним містом, де його виробляють (споживачі можуть сприймати пиво «КИЇВСЬКЕ» (0,6 л), яке має схожий на пиво «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» (0,45 л) дизайн, як новий бренд ПрАТ «Карлсберг Україна», зокрема і з огляду на наявність у ПрАТ «Карлсберг Україна» заводів як у Львові, так і в Києві);
- схожою формою пляшок, що водночас суттєво відрізняються від пивних пляшок, які використовують інші виробники.

5. ПОЗИЦІЯ ВІДПОВІДАЧА

(38) Відповідач в листі № 916/0/2-20 від 13.07.2020 (вх. Комітету № 8-09/9154 від 16.07.2020) та в Поясненнях (лист № 676/0/2-21 від 25.05.2021 (вх. Комітету № 8-01/7102 від 26.05.2021)) повідомив таку інформацію.

(39) Основним видом діяльності ПрАТ «Оболонь» є виробництво пива.

(40) ПрАТ «Оболонь» є виробником пива «КИЇВСЬКЕ». Пиво «КИЇВСЬКЕ» у пляшці 0,6 л розливається та реалізовується з 16.04.2019, що підтверджується наказом Товариства № 256/0/3-19 від 10.04.2019.

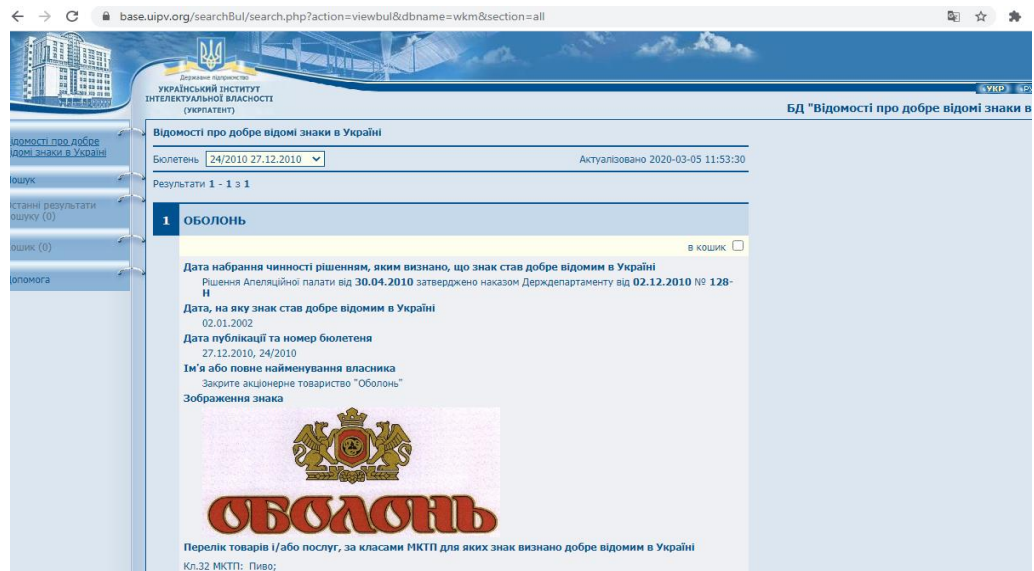
(41) Пиво «КИЇВСЬКЕ» виробництва ПрАТ «Оболонь» виробляється та реалізовується в ПЕТ-пляшці коричневого кольору об'ємом 0,6 л з такими елементами зовнішнього оформлення:

- кольоретка золотого кольору із зображенням силуетів міста, із комбінованим позначенням «КИЇВСЬКЕ», виконаним зеленим кольором із золотими смужками, а також із гербом «OBOLON» у верхній частині кольоретки;
- у центральній частині пляшки також знаходиться тиснення із зображенням герба та написом «OBOLON»:



Вигляд пляшки та етикетки пива «КИЇВСЬКЕ»

- (42) Пиво «КИЇВСЬКЕ» реалізовується на всій території України, крім окупованих територій, у всіх найбільших торговельних мережах України, зокрема таких, як: «АТБ-МАРКЕТ», «Ашан», «Сільпо», «Novus», «BILLA», «Фора» та інших.
- (43) ПрАТ «Оболонь» зазначає, що пиво «КИЇВСЬКЕ» не отримувало нагород, не брало участі у спонсорстві, виставках тощо.
- (44) Крім того, Товариство вказує, що про існування пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» у пляшці 0,45 л достеменно дізналося лише у травні 2020 року.
- (45) У Поясненнях Відповідач виклав таку позицію.
- (46) ПрАТ «Оболонь» раніше за ПрАТ «Карлсберг Україна» почало використовувати усі елементи оформлення упаковки товару, які ПрАТ «Карлсберг Україна» вважає схожими на свою продукцію «ЛЬВІВСЬКЕ 1715».
- (47) Кольсертка та етикетка з фоном міста на товарі «КИЇВСЬКЕ» є класичним рішенням оформлення упаковки товару ПрАТ «Оболонь» (приблизно з 1997 року та використовується дотепер на різних товарах), завдяки якому його продукція стала добре відомою споживачам України.
- (48) Позначення «Оболонь» визнано добре відомим на 02.01.2002 відповідно до рішення Апеляційної палати Державної служби інтелектуальної власності України від 30.04.2010, затвердженого наказом Держдепартаменту від 02.12.2010 № 128-Н. Підтверджено відкритою інформацією з бази даних «Відомості про добре відомі знаки в Україні».



- (49) На думку Відповідача, позначення «Оболонь» визнано добре відомим у тому числі за рахунок використання класичного рішення щодо фону (силуету) міста на етикетках своєї продукції, його постійного застосування на самому розповсюдженому товарі ПрАТ «Оболонь» – світлому пиві та багатьох інших.
- (50) ПрАТ «Оболонь» також зазначає, що словесний елемент «КИЇВСЬКЕ» на пиві «КИЇВСЬКЕ» використовує з 1980 року в різних кольорових та графічних виконаннях, це є класичним пивом торговельної марки «Оболонь».
- (51) Крім цього, Відповідач вважає, що основним словесним елементом товару «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» є «1715» (основний зображувальний елемент – лев із келихом пива), що семантично та за розміром превалює в оформленні упаковки товару, а на упаковці товару ПрАТ «Оболонь» основним словесним елементом є позначення на пляшці – OBOLONY.
- (52) Оформлення пляшки пива «КИЇВСЬКЕ» – рішення ПрАТ «Оболонь» з 2012 – 2013 років і використовується для оформлення пляшок інших сортів пива, тобто значно раніше 2015 року, коли Заявник використовував на товарі позначення «ЛЬВІВСЬКЕ 1715».
- (53) На підтвердження фактів використання ПрАТ «Оболонь» пляшки пива, схожої на пляшку пива «КИЇВСЬКЕ», Відповідач надав таку інформацію:



- (54) ПрАТ «Оболонь» зазначає, що пляшки Заявника та Відповідача мають суттєві відмінності:
- різний колір (коричневий та зелений);
 - різний розмір та об'єм пляшок (0,45 л та 0,6 л);
 - різну сировину, з якої виготовлені пляшки (скло та пластик);
 - поєднання на пляшці кольєретки з етикеткою та окреме використання нижньої частини етикетки з найбільшим написом 1715;
 - домінуючі, що займають всю центральну площу, рельєфні написи (рельєфне на дотик зображення лева з келихом пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» та слово OBOLOON на товарі «КИЇВСЬКЕ»).
- (55) Відповідач не погоджується з тим, що пляшки пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» та «КИЇВСЬКЕ» за формою суттєво відрізняються від пляшок, які використовують інші виробники.
- (56) Прикладами використання схожої форми пляшок іншими виробниками пива ПрАТ «Оболонь» вважає такі зображення пляшок:



6. ОБСТАВИНИ, ВСТАНОВЛЕНІ КОМІТЕТОМ

6.1. АНАЛІЗ ПОЗИЦІЙ СТОРІН І ПОРІВНЯННЯ ЗОВНІШНЬОГО ОФОРМЛЕННЯ УПАКОВОК ПЛЯШОК ПИВА (що включає в себе пляшку, кольєретку та кришку)

- (57) Пиво «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» ПрАТ «Карлсберг Україна» виробляє та реалізовує у скляній пляшці зеленого кольору об'ємом 0,45 л з 2015 року.
- (58) Пиво «КИЇВСЬКЕ» ПрАТ «Оболонь» розливає та реалізовує у ПЕТ-пляшці коричневого кольору об'ємом 0,6 л з 16.04.2019.
- (59) Словесний елемент «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» визнано добре відомим знаком в Україні на 01.01.2009 та має високий ступінь його розрізняльної здатності.

- (60) Комбіноване позначення «OBOLON» (зображення герба та словесного елемента червоного кольору «OBOLON»), розташоване на кольєретці пива «КИЇВСЬКЕ», визнано добре відомим на 02.01.2002, що також вказує на високий ступінь його розрізняльної здатності.
- (61) Заявник вважає, що увесь вигляд пляшки пива «КИЇВСЬКЕ» (0,6 л) схожий на вигляд пляшки пива «ЛЬВІВСЬКЕ» (0,45 л), що може призвести до змішування з його діяльністю.
- (62) У свою чергу, Відповідач вважає, що пляшки пива виробництва Заявника та Відповідача мають суттєві відмінності, що не може призвести до змішування з діяльністю останнього.
- (63) Комітетом проведено порівняльний аналіз загального оформлення упаковок пляшок пива Заявника та Відповідача:

Зовнішнє оформлення пляшки пива виробництва ПрАТ «Оболонь»	Зовнішнє оформлення пляшки пива виробництва ПрАТ «Карлсберг Україна»
Зображення пляшок	
	
Просторове розташування елементів на пляшках:	
<ul style="list-style-type: none"> - пляшка виконана з пластику (ПЕТ-пляшка) коричневого кольору та має унікальну форму; - у центральній частині пляшки вертикально знаходиться об'ємне 	<ul style="list-style-type: none"> - пляшка виконана зі скла зеленого кольору та має унікальну форму; - на лицьовій стороні центральної частини пляшки знаходиться об'ємне тиснення у

<p>тиснення «OBOLON», обрамлене зверху й знизу викривленими смугами, над яким знаходиться об'ємне тиснення фірмового герба ПрАТ «Оболонь» у вигляді грифонів, які тримають щит;</p> <ul style="list-style-type: none"> - у верхній частині пляшки знаходиться кольєретка золотого кольору з основними словесними елементами «КИЇВСЬКЕ», «РОЗЛИВНЕ», розташованими на зеленому фоні у вигляді прямокутної плашки; - внизу центральної частини пляшки етикетка відсутня; - пляшка закрита пластмасовою кришкою золотого кольору та не має на собі жодних ідентифікуючих ознак. Кришка подібного виду є типовою для ПЕТ-пляшок; - інші словесні та зображувальні елементи сприймаються візуально як другорядні елементи оформлення 	<p>вигляді лева з кухлем пива в лапах, що є частиною герба пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715»;</p> <ul style="list-style-type: none"> - у верхній частині пляшки знаходиться кольєретка, виконана світло-коричневим та золотим кольорами з основними словесними елементами «Львівське», «1715» та зображення герба лева, розташованими на зеленому фоні у вигляді прямокутної плашки, які разом складають комбіноване позначення «Львівське»; - внизу центральної частини пляшки розташована етикетка світло-коричневого кольору із золотими графічними елементами, написом зеленого кольору «1715» та комбінованими позначеннями «Львівське»; - пляшка закрита металевою кришкою. Кришка виконана золотим та зеленим кольорами та містить комбіноване позначення «Львівське» із зображенням герба лева. Кришка подібного виду є типовою для скляних пляшок; - інші словесні та зображувальні елементи сприймаються візуально як другорядні елементи оформлення
Розмірні характеристики:	
<ul style="list-style-type: none"> - пляшка має висоту 26 см; - більша частина пляшки не містить елементів, проте у верхній її частині є кольєретка, яка займає приблизно одну третину площі пляшки. Об'ємне тиснення «OBOLON» займає майже всю поверхню пляшки по вертикалі. Елементи мають найбільший розмір порівняно з іншими. Варто зауважити, що кольєретка є основним інформаційним елементом оформлення пляшки та фактично виконує функцію етикетки; - інші словесні та зображувальні елементи – значно меншого розміру 	<ul style="list-style-type: none"> - пляшка має висоту 24 см; - у верхній частині пляшки знаходиться кольєретка та займає приблизно одну третину її загальної площі; - у центральній частині пляшки розташовано об'ємне тиснення лева – майже вся поверхня пляшки по вертикалі. Також під тисненням знаходиться етикетка з основним словесним елементом «1715». Завдяки світлому кольору кольєретки та етикетки як елементи оформлення першими привертають увагу; - інші словесні та зображувальні елементи – значно меншого розміру

(64) Під час аналізу упаковок пива «КИЇВСЬКЕ» та пива «Львівське 1715» Комітетом встановлено такі відмінності в їх оформленні:

**Зображення пляшок пива
«ЛЬВІВСЬКЕ 1715» та
«КИЇВСЬКЕ» разом:**



- мають різну висоту пляшок, зокрема пляшка пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» нижча на 2 см, ніж пляшка пива «КИЇВСЬКЕ», а також менша за об'ємом (пиво «ЛЬВІВСЬКЕ» – 0,45 л, пиво «КИЇВСЬКЕ» – 0,6 л), що є достатнім для того, щоб пляшки сприймалися як кардинально різні за розміром;
 - мають різний матеріал, з якого їх виготовлено. Отже, враховуючи те, що пляшка пива «ЛЬВІВСЬКЕ» виготовлена зі скла, а пляшка пива «КИЇВСЬКЕ» – з пластику (ПЕТ-пляшка), вони по-різному сприймаються тактильно: за температурою, матеріалом та вагою, оскільки скло важче за пластик;
 - пляшки мають різний колір: пляшка пива «ЛЬВІВСЬКЕ» – зелена, а пляшка пива «КИЇВСЬКЕ» – коричнева;
 - різне розміщення елементів оформлення на пляшках: пиво «ЛЬВІВСЬКЕ» має етикетку, яка на пляшці пива «КИЇВСЬКЕ» відсутня;
 - пляшки мають відмінності в зовнішньому оформленні верхньої частини – горлечка пляшки та кришки. Так, горлечко пива «КИЇВСЬКЕ» повністю закрито кольєреткою, яка також закриває пластикову кришку коричневого кольору. У свою чергу, горлечко пляшки пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» не містить елементів, пляшка закрита брендованою металевою кришкою світло-коричневого кольору;
- (65) Під час аналізу упаковок пива «КИЇВСЬКЕ» та пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» Комітетом встановлено такі **схожі елементи оформлення**:
- пляшки мають схожий спосіб розміщення елементів оформлення. Так, кольєретки пива розміщені на пляшках однаковим способом – у верхній частині пляшки;
 - позначення «КИЇВСЬКЕ РОЗЛИВНЕ», яке є домінуючим елементом на кольєретці пива «КИЇВСЬКЕ», та знак за свідоцтвом № 195593, який є домінуючим елементом на кольєретці пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715», мають дещо схожі елементи в композиційному складі, просторовому розміщенні, симетричності та їх графічному вирішенні;
 - кольорове виконання обох кольєреток пива має відмінності, як зазначалося вище, проте основні домінуючі кольори є спільними: зелений, червоний, світло-коричневий, золотий;

- переважна більшість композиційних елементів обох кольєреток схожі між собою;
- на обох пляшках знаходяться об'ємні тиснення, що дозволяє зробити висновок про схожий спосіб оформлення пляшок.

6.2. АНАЛІЗ ЕКСПЕРТНОГО ВИСНОВКУ, НАДАНОГО ЗАЯВНИКОМ

- (66) Заявник надав Комітету висновок судового експерта Жила Б.В. від 08.11.2019 № 159 за результатами проведення судової експертизи об'єктів інтелектуальної власності (далі – Висновок експерта № 159) (додаток № 4 до листа Заявника б/н від 11.06.2020 (вх. Комітету № 8-09/7439 від 11.06.2020)).
- (67) Під час проведення судової експертизи експерт порівнював кольєретки пива «КИЇВСЬКЕ» (0,6 л) та пива «ЛЬВІВСЬКЕ» (0,45 л):



- (68) Заявником поставлено експерту два питання для вирішення:
1. «Чи є нанесене на етикетки (кольєретки) пляшки пива “Оболонь Київське Розливне” виробництва ПрАТ “Оболонь” комбіноване позначення у вигляді композиції елементів, утвореної з розміщених одне під іншим зображень герба та написів (логотипів) ”OBOLOH”, “КИЇВСЬКЕ”, “РОЗЛИВНЕ”, наведених на тлі зображувальних елементів, схожим зі знаком для товарів і послуг за свідоцтвом України № 195593 настільки, що їх можна сплутати?».
 2. «Чи присутня між комбінованим позначенням у вигляді композиції основних словесних та зображувальних елементів, що складають центральну частину зовнішнього вигляду етикетки (кольєретки) пляшки пива “Оболонь Київське Розливне” виробництва ПрАТ “Оболонь” та комбінованим позначенням у вигляді композиції основних словесних та зображувальних елементів, що складає зовнішній вигляд етикетки (кольєретки) пляшки пива “Львівське” 1715” виробництва ПрАТ “Карлсберг Україна”, така схожість, яка може призвести до змішування діяльності ПрАТ “Оболонь” та ПрАТ “Карлсберг Україна”?».
- (69) Висновок експерта № 159 містить, зокрема, такі твердження:

- основним словесним елементом етикетки ПрАТ «Оболонь», що сприймається як оригінальна назва товару, є напис «КИЇВСЬКЕ»;
 - основним словесним елементом етикетки ПрАТ «Карлсберг Україна», що сприймається як оригінальна назва товару, є напис «ЛЬВІВСЬКЕ»;
 - аналіз звукової (фонетичної) схожості основних словесних елементів етикеток пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» та «КИЇВСЬКЕ» свідчить, що між елементами присутня лише часткова фонетична схожість, яка не може призвести до сплутування;
 - аналіз графічної (візуальної) схожості основних словесних елементів етикеток «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» та «КИЇВСЬКЕ» свідчить, що між ними присутня певна візуальна схожість, яка нівелюється в результаті аналізу фонетичної та смислової (семантичної) схожості, оскільки слова «львівське» та «київське» мають різні значення;
 - комбіноване позначення «OBOLON КИЇВСЬКЕ РОЗЛИВНЕ, зображення» та знак за свідоцтвом № 195593 характеризуються високим ступенем схожості в зображувальній частині – за композиційним складом, просторовим розміщенням, симетричністю та графічним вирішенням елементів;
 - переважна більшість композиційних елементів досліджуваних кольєреток схожі між собою. Як встановлено в цьому висновку, 7 із 9 елементів порівнюваних позначень схожі між собою;
 - товариство використало майже всі елементи кольєретки ПрАТ «Карлсберг Україна» та розташувало їх в ідентичному порядку; використало схожий загальний фон, кольори словесних елементів та фонів, на яких розміщуються словесні написи;
 - у центрі кольєреток розміщено написи «ЛЬВІВСЬКЕ» та «КИЇВСЬКЕ», які мають схоже смислове значення. При цьому порівнювані кольєретки слід оцінювати в цілому, тоді як «ЛЬВІВСЬКЕ» та «КИЇВСЬКЕ» є лише їх словесними елементами;
 - незважаючи на різні початкові частини слів – львівське та київське, словесні елементи мають схожі кінцеві (суфіксальні) частини (-івське), які займають більшу частину цих слів;
 - позначення «ЛЬВІВСЬКЕ» та «КИЇВСЬКЕ» ідейно схожі. Обидва позначення є прикметниками, утвореними від назв великих українських міст – Львова та Києва. Подібні назви продуктів викликають у споживача асоціацію між товаром та певним населеним пунктом чи місцевістю, які часто сприймаються як місце походження відповідного товару;
 - втім експерт вважає, що присутність між основними словесними елементами словесно-зображувальних позначень часткової фонетичної та семантичної схожості підсилюється високим ступенем графічної (візуальної) схожості цих позначень, завдяки якому вони породжують загальне зорове враження в цілому, що є визначальним фактором схожості комбінованих позначень.
- (70) За результатом проведеного дослідження судовий експерт дійшов таких висновків відповідно до поставлених Заявником питань:

1. «Нанесене на етикетки (кольєретки) пляшки пива “Оболонь Київське Розливне” виробництва ПрАТ “Оболонь” комбіноване позначення у вигляді композиції елементів, утвореної з розміщених одне під іншим зображень герба та написів (логотипів) “OBOLON”, “КИЇВСЬКЕ”, “РОЗЛИВНЕ”, наведених на тлі зображувальних елементів, є схожим зі знаком для товарів і послуг за свідоцтвом України № 195593 настільки, що їх можна сплутати».
 2. «Між комбінованим позначенням у вигляді композиції основних словесних та зображувальних елементів, що складають центральну частину зовнішнього вигляду етикетки (кольєретки) пляшки пива “Оболонь Київське Розливне” виробництва ПрАТ “Оболонь” та комбінованим позначенням у вигляді композиції основних словесних та зображувальних елементів, що складає зовнішній вигляд етикетки (кольєретки) пляшки пива “Львівське” 1715” виробництва ПрАТ “Карлсберг Україна”, присутня така схожість, яка може призвести до змішування діяльності ПрАТ “Оболонь” з діяльністю ПрАТ “Карлсберг Україна”.
- (71) Водночас у результаті аналізу Висновку експерта №159 Комітетом встановлено, що судовий експерт порівнював виключно кольєретки (кольєретка пива «КИЇВСЬКЕ» (0,6 л) та кольєретка пива «ЛЬВІВСЬКЕ» (0,45 л), а не оформлення упаковок пляшок пива (товару) у цілому.

6.3. АНАЛІЗ ЕКСПЕРТНОГО ВИСНОВКУ, НАДАНОГО ВІДПОВІДАЧЕМ

- (72) Відповідачем надано висновок судових експертів Петренка С.А. та Сопової К.А. від 08 жовтня 2020 року № 71-09/20 за результатами проведення комісійної експертизи позначень (об'єктів інтелектуальної власності), складений для подання до Антимонопольного комітету України на 77 сторінках (далі – Висновок експертів № 71-09/20) (додаток № 4 до Пояснень).
- (73) Відповідачем поставлено судовим експертам три питання для вирішення:
1. «Чи є позначення за заявкою на знак для товарів і послуг № m201826120 схожим зі знаками за свідоцтвами України № 195593, № 190538, № 210973 настільки, що їх можна сплутати?».
 2. «Чи є позначення за заявкою на знак для товарів і послуг № m201910099 схожим зі знаками за свідоцтвами України № 195593, № 190538, № 210973 настільки, що їх можна сплутати?».
 3. «Чи може використання ПрАТ “Оболонь” оформлення упаковки пива світлого пастеризованого об'ємом 0,6 літра “Оболонь Київське розливне” призвести до змішування з діяльністю ПрАТ “Карлсберг Україна”, який використовує оформлення упаковки пива “Львівське 1715”?».
- (74) Комітетом встановлено, що у Висновку експертів № 71-09/20, крім окремих позначень на етикетках пива виробництва Заявника та Відповідача, досліджувалися також упаковки пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» та «КИЇВСЬКЕ» у цілому (їх загальний вигляд у сукупності із заявками на знак для товарів і послуг № m201826120, № m201910099, знаками за свідоцтвами України № 195593, № 190538, № 210973).

- (75) Висновки експертів № 71-09/20 містять, зокрема, такі твердження стосовно порівняння елементів позначення за заявкою № m201826120 (кольєретка пива «КІЇВСЬКЕ») (далі – Позначення) та знаків за свідоцтвами України № 195593, № 190538, № 210973 (домінуючі зображення та елементи на кольєретці пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715») (далі – Знак):
- домінуючі елементи позначення за заявкою № m201826120 (етикетка пива «КІЇВСЬКЕ») не є фонетично схожими з домінуючими елементами знаків для товарів і послуг за свідоцтвами України № 195593, № 190538, № 210973 (зразки етикетки пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715»), оскільки не мають близьких і таких, що збігаються, літер і звуків, мають різну кількість складів та походять від різних іменників (власних назв) – Київ та Львів відповідно;
 - експертами встановлено відмінність домінуючих елементів досліджуваних позначень ПрАТ «Оболонь» та знаків ПрАТ «Карлсберг Україна» за загальним зоровим враженням, видом шрифту та графічним відтворенням з урахуванням характеру букв, що формують у споживача під час їх сприйняття різне загальне зорове враження;
 - зображувальні елементи мають різне графічне виконання, різне розташування у складі композиції та розмір. Наприклад, стилізовані будівлі на етикетках відтворюють пам'ятки архітектури та споруди різних міст, емблеми, форми та комбінації геометричних фігур; герби, представлені на Позначенні та у Знаку, мають різне зорове сприйняття завдяки різній кількості геральдичних левів та різній формі щитів. Отже, домінуючі елементи Позначення та саме Позначення в цілому не схожі за графічними ознаками з домінуючими елементами Знака та самим Знаком у цілому;
 - домінуючі елементи Позначення не є семантично схожими на домінуючі елементи Знака через різницю закладених у них понять, ідей, з якими вони асоціюються у споживача під час придбання товару або ознайомлення з ним.
- (76) Крім цього, Висновки експертів № 71-09/20 також містять висновки щодо змішування (сплутування) пляшок та етикеток пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» та «КІЇВСЬКЕ» **загалом**, а саме:
- досліджувані упакування товарів відрізняються за загальним зоровим враженням, яке формується кольором виконанням пляшок (коричневий та зелений відповідно), відсутністю / наявністю етикетки в нижній частині, різною формою кольєретки (подовженість кольєретки пива «КІЇВСЬКЕ», що закриває кришку, вигнуті краї кольєретки «ЛЬВІВСЬКЕ 1715»), а також різними позначеннями на пляшці, що виконані методом тиснення. Тобто відрізняються за елементами, на яких найбільше фіксується увага споживачів;
 - досліджувані упакування товарів містять різні позначення виробників у верхній частині кольєреток, які є добре відомими в Україні знаками та вказують на конкретне джерело походження товару – ПрАТ «Оболонь» та ПрАТ «Карлсберг Україна» відповідно;

- також упакування товарів відрізняються різними позначеннями в нижній частині кольєреток – «пінта 600 ml» та «1715» відповідно; назвою пива «КИЇВСЬКЕ» та «ЛЬВІВСЬКЕ 1715»; домінуючими елементами зовнішнього оформлення досліджуваних пляшок;
 - водночас схожість окремих елементів зовнішнього оформлення досліджуваних упакувань застосовувалася на продукції ПрАТ «Оболонь» раніше або є типовою для упакувань цього виду товару, а саме пива, та її застосовують інші виробники пива на ринку.
- (77) За результатом проведеного дослідження судові експерти дійшли таких висновків відповідно до поставлених Відповідачем питань:
1. «Позначення за заявкою на знак для товарів і послуг № m201826120 не є схожим зі знаками за свідоцтвами України № 195593, № 190538, № 210973 настільки, що їх можна сплутати».
 2. «Позначення за заявкою на знак для товарів і послуг № m201910099 не є схожим зі знаками за свідоцтвами України № 195593, № 190538, № 210973 настільки, що їх можна сплутати».
 3. «Використання ПрАТ “Оболонь” оформлення упаковки пива світлого пастеризованого об’ємом 0,6 літра “КИЇВСЬКЕ”, не може призвести до змішування з діяльністю ПрАТ “Карлсберг Україна”, який використовує оформлення упаковки пива “Львівське 1715”».

6.4. АНАЛІЗ ВІДОМОСТЕЙ ВІД УКРПАТЕНТУ

- (78) Відповідно до відкритих даних Спеціальної інформаційної системи Укрпатенту та відомостей, наданих Відповідачем у Поясненнях, Комітетом встановлено, що в результаті розгляду заявки на реєстрацію комбінованого знака № m201826120 «Київське» (комбінований) від 07.11.2018 та заявки № m2019100990 «Київське» (комбінований) від 26.04.2019 (далі – Заявки) за ПрАТ «Оболонь» зареєстровано такі знаки для товарів і послуг:





- (79) ПрАТ «Карлсберг Україна» під час реєстрації Укрпатентом Заявок надано заперечення щодо невідповідності наведених у них позначень умовам надання правової охорони, зокрема через можливість введення в оману споживачів щодо виробника товару, оскільки, на думку ПрАТ «Карлсберг Україна», їх паралельне використання може призвести до змішування діяльності Заявника та ПрАТ «Оболонь».
- (80) Так, у листі № Вих-15248/2020 від 05.11.2020 (вх. Комітету № 8-09/14698 від 11.11.2020) Укрпатент повідомив Комітет про те, що заперечення Заявника в реєстрації заявки № m201826120 «Київське» (комбінований) від 07.11.2018 розглянуто та встановлено, що позначення за цією заявкою не підпадають під підстави для відмови в реєстрації заявки відповідно до положень Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг».
- (81) Крім цього, ПрАТ «Оболонь» у Поясненнях вказало, що заперечення Заявника в реєстрації заявки № m2019100990 «Київське» (комбінований) від 26.04.2019 також розглянуто та відхилено Укрпатентом, що також впливає з того, що за Відповідачем зареєстрований знак для товарів і послуг (свідоцтво № 292764 від 24.02.2021).
- (82) Отже, Укрпатентом у результаті проведення кваліфікаційної експертизи Заявок встановлено, що Заявки підлягають реєстрації та не є такими, що можуть ввести в оману споживача щодо особи, яка виробляє товар або надає послугу, а також можуть бути зареєстровані як торговельні марки, як позначення, які не є тотожними або схожими настільки, що їх можна сплутати, зокрема, з торговельними марками, раніше зареєстрованими ПрАТ «Карлсберг Україна».

6.5. АНАЛІЗ СОЦІОЛОГІЧНОГО ОПИТУВАННЯ, НАДАНОГО ЗАЯВНИКОМ

- (83) ПрАТ «Карлсберг Україна» листом б/н від 18.02.2021 (вх. Комітету № 18.02.2021 від 8-01/2289) надало Комітету результати соціологічного опитування (1 000 респондентів у 5 містах України), проведеного товариством з обмеженою

відповідальністю «Центр соціальних технологій «Соціополіс» (далі – ТОВ «ЦСТ «Соціополіс»). За результатами опитування:

- 55,9 % респондентів зазначили, що їм невідоме пиво «КИЇВСЬКЕ», проте лише 1,2 % респондентів зазначили, що їм невідоме пиво «ЛЬВІВСЬКЕ 1715», тобто пиво «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» є відомим переважній більшості досліджуваної цільової аудиторії;
- 62,2 % респондентів зазначили, що оформлення упаковок пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» та пива «КИЇВСЬКЕ» є схожим або дуже схожим одне на одне;
- 73,3 % респондентів вважають, що пиво «КИЇВСЬКЕ» та пиво «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» виробляє один і той самий виробник або, як мінімум, два пов'язаних між собою виробники;
- 46,2 % респондентів зазначили, що могли б придбати пиво «КИЇВСЬКЕ», вважаючи, що його виробником є ПрАТ «Карлсберг Україна».

(84) Отже, результати опитування, надані ПрАТ «Карлсберг Україна», вказують, що переважна частина споживачів (62,2 %) повідомила про схожість оформлення упаковки пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» та пива «КИЇВСЬКЕ», а також про ймовірність їх виробництва одним і тим самим виробником (73,3 %), що не свідчить про те, що цим виробником є саме Заявник. У той же час менша частина респондентів (46,2 %) зазначила про ймовірність придбання пива «КИЇВСЬКЕ», вважаючи, що його виробником є ПрАТ «Карлсберг Україна».

6.6. ОПИТУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ, ПРОВЕДЕНЕ ОРГАНАМИ КОМІТЕТУ

(85) Дорученням Голови Комітету від 07.06.2021 № 13-01/549 Південному, Північному, Східному, Західному, Південно-східному та Південно-західному міжобласним територіальним відділенням Комітету доручено провести анкетування споживачів пива біля продуктивних торговельних мереж щодо визначення схожості оформлення упаковки продукції (далі – Анкетування).

(86) Згідно з інформацією, отриманою від територіальних відділень Комітету, з трьохсот чотирнадцяти (314) опитаних споживачів:

1. На питання «За яким критерієм Ви обираєте пиво?» споживачі відповіли таким чином:
 - за виробником пива – **двісті двадцять дві особи (71 %)**;
 - за зовнішнім оформленням пляшки – **п'ятдесят осіб (15,5 %)**;
 - ваш варіант: **сорок дві особи (13,5 %)**.
2. На питання «Назва пива «КИЇВСЬКЕ» асоціюється у Вас з виробником:» споживачі вказали:
 - ПрАТ «Карлсберг» – **двадцять шість осіб (8,5 %)**;
 - ПрАТ «Оболонь» – **двісті тридцять дев'ять осіб (75,5 %)**;
 - ваш варіант: **сорок дев'ять осіб (16%)**.

3. На питання «Чи схоже на Ваш погляд зовнішнє оформлення упаковки Продукту 1 (пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715») із зовнішнім оформленням упаковки Продукту 2 (пива «КИЇВСЬКЕ») настільки, що їх можна сплутати?» споживачі відповіли:

- так – **п'ятдесят сім осіб (18,9 %)**;
- ні – **двісті п'ятдесят сім осіб (81,1 %)**.

4. На питання «Чи складається у Вас враження, що виробник Продукту 1 (пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715») та Продукту 2 (пива «КИЇВСЬКЕ») один і той самий?» споживачі відповіли:

- так – **п'ятдесят чотири особи (17,9 %)**;
- ні – **двісті шістдесят осіб (82,1 %)**.

(87) Отже, результати Анкетування свідчать, що переважна частина споживачів (81,1 %) повідомила про неможливість сплутування оформлення упаковки пива «КИЇВСЬКЕ» та пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» та про відсутність вражень щодо одного виробника (82,1 %).

7. ВИСНОВКИ КОМІТЕТУ

(88) За результатом аналізу зовнішнього оформлення упаковок пляшок пива (що включає в себе пляшку, кольєретку та кришку) виробництва Заявника та Відповідача Комітет дійшов висновку, що пляшки пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» та «КИЇВСЬКЕ» мають певний перелік схожих між собою елементів, зокрема оформлення кольєреток, кольорове виконання елементів на ній, використання об'ємних тиснень на пляшках.

(89) Втім упаковки пляшок пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» та «КИЇВСЬКЕ» містять елементи оформлення, які виключають повне ототожнення пляшок між собою, зокрема розмір, вага, матеріал та колір виконання пляшки, відсутність етикетки на пляшці пива «КИЇВСЬКЕ», наявність комбінованого позначення «OBOLON» та «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» (визнані добре відомими), що унеможливорює змішування діяльності Заявника та Відповідача.

(90) Отже, Комітет дійшов висновку про неможливість змішування діяльності Заявника та Відповідача внаслідок сплутування пляшок пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» та «КИЇВСЬКЕ» за зовнішніми характеристиками продукції.

(91) Відповідно до наданих ПрАТ «Карлсберг Україна» результатів опитування, проведених ТОВ «ЦСТ «Соціополіс», переважна частина споживачів (62,2 %) повідомила про схожість оформлення упаковки пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» та пива «КИЇВСЬКЕ», а також про ймовірність їх виробництва одним і тим самим виробником (73,3 %), що не свідчить про те, що цим виробником є саме Заявник. У той же час менша частина респондентів (46,2 %) зазначила про ймовірність придбання пива «КИЇВСЬКЕ», вважаючи, що його виробником є ПрАТ «Карлсберг Україна».

(92) Відповідно до результатів проведеного органами Комітету Анкетування споживачів пива, незначна кількість споживачів вважають, що зовнішнє оформлення упаковки пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» та зовнішнє оформлення упаковки пива «КИЇВСЬКЕ» є схожими настільки, що їх можна сплутати.

- (93) Крім цього, відповідно до Анкетування, 71 % опитуваних обирають пиво переважно за виробником. Втім 75,5 % опитуваних асоціюють пиво «КИЇВСЬКЕ» з виробником – ПрАТ «Оболонь».
- (94) При цьому значна кількість опитуваних (більше 80 %) в Анкетуванні не вводяться в оману стосовно виробника пива «КИЇВСЬКЕ», оскільки вважають, що виробниками пива «КИЇВСЬКЕ» та «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» є різні підприємства.
- (95) Разом із тим більше 80 % опитуваних в Анкетуванні також зазначили, що зовнішнє оформлення упаковки пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» не схоже на зовнішнє оформлення упаковки пива «КИЇВСЬКЕ» настільки, що їх можна сплутати.
- (96) Відповідно до матеріалів Справи, Заявником та Відповідачем надано висновки судових експертів щодо можливості змішування діяльності ПрАТ «Оболонь» та ПрАТ «Карлсберг Україна» у результаті використання ПрАТ «Оболонь» у своїй господарській діяльності оформлення упаковки пляшки пива «КИЇВСЬКЕ» об'ємом 0,6 л, яке схоже на оформлення упаковки пляшки пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» виробництва ПрАТ «Карлсберг Україна» об'ємом 0,45 л.
- (97) Відповідно до Висновку експерта № 159, наданого Заявником, кольоретка пляшки пива «КИЇВСЬКЕ» об'ємом 0,6 л схожа на кольоретку пляшки пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» об'ємом 0,45 л виробництва ПрАТ «Карлсберг Україна», що може призвести до змішування діяльності ПрАТ «Оболонь» та ПрАТ «Карлсберг Україна». При цьому схожість оформлення упаковок пляшок пива (товару в цілому) експерт не досліджував.
- (98) Відповідно до Висновку експертів № 71-09/20, наданого Відповідачем, оформлення упаковки пляшки пива «КИЇВСЬКЕ» об'ємом 0,6 л не схоже на оформлення упаковки пляшки пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» об'ємом 0,45 л виробництва ПрАТ «Карлсберг Україна», що не може призвести до змішування діяльності ПрАТ «Оболонь» та ПрАТ «Карлсберг Україна».
- (99) Проте в результаті аналізу Комітетом встановлено, що Експертні висновки містять протилежні висновки. При цьому схожість оформлення упаковок пляшок пива (товару в цілому) експерт Заявника не досліджував, експертиза зосередилася виключно на схожості кольореток.
- (100) Пересічний споживач зазвичай оцінює позначення в цілому, а не аналізує його окремі деталі. При цьому споживач здебільшого ретельно не порівнює два товари, а користується зображенням товару, що залишилося в пам'яті.
- (101) Крім того, під час оцінки схожості оформлення продукції слід оцінювати загальний вид товару (упаковки товару (продукції) в цілому), а не окремих його елементів.
- (102) З точки зору об'єктивності, достатності та належності доказів для кваліфікації порушення ПрАТ «Оболонь» законодавства про захист від недобросовісної конкуренції Висновку експерту № 159 недостатньо, оскільки правильність кваліфікації Комітетом виявленого порушення, як повідомлялося раніше, залежить від загальної схожості упаковки товарів ПрАТ «Карлсберг Україна» та ПрАТ «Оболонь».
- (103) Відповідно до статті 41 Закону України «Про захист економічної конкуренції» доказами у справі можуть бути будь-які фактичні дані, які дають можливість встановити наявність або відсутність порушення.

- (104) Органи Комітету самостійно визначають джерела та засоби, необхідні для повного й об'єктивного з'ясування обставин справи та які дають можливість встановити наявність або відсутність порушення.
- (105) Отже, зважаючи на те, що надані Заявником докази у справі не можуть свідчити про порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, а також враховуючи здійснений Комітетом аналіз складових повного вигляду товару, результати проведеного Анкетування, Комітет дійшов висновку про недостатню кількість доказів для доведення порушення ПрАТ «Оболонь».
- (106) У результаті дослідження усіх матеріалів справи, а також проаналізувавши зовнішнє оформлення пляшок пива «КИЇВСЬКЕ» та «ЛЬВІВСЬКЕ 1715», Комітет дійшов висновку, що використання ПрАТ «Оболонь» у своїй господарській діяльності оформлення пляшки пива «КИЇВСЬКЕ» об'ємом 0,6 л не може призвести до змішування з діяльністю ПрАТ «Карлсберг Україна», яке використовує у власній діяльності оформлення пляшки пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» об'ємом 0,45 л.
- (107) Зважаючи на вказані факти, у Комітету відсутні підстави стверджувати про наявність ознак порушення в діях Товариства.
- (108) Отже, вчинення ПрАТ «Оболонь» порушення, передбаченого статтею 4 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», не доведено, про що складено відповідне подання про попередні висновки у справі № 127-26.4/57-21 та направлено сторонам у справі.

8. ЗАПЕРЕЧЕННЯ ТА ЗАУВАЖЕННЯ ЗАЯВНИКА НА ПОДАННЯ З ПОПЕРЕДНІМИ ВИСНОВКАМИ

- (109) Заявником листом № 4000211/29 від 13.01.2022 (вх. Комітету № 8-01/609 від 17.01.2022) надано заперечення на подання про попередні висновки у справі № 127-26.4/57-21 (далі – Заперечення).
- (110) ПрАТ «Карлсберг Україна» не погоджується з висновками, викладеними в Поданні, з огляду на таке.

8.1. Щодо встановлених Комітетом відмінностей в оформленні пляшок пива «КИЇВСЬКЕ» та «ЛЬВІВСЬКЕ 1715»

- (111) Заявник вважає, що всі встановлені Комітетом відмінності не стосуються позначення, яке використано на кольєретці пляшки пива «КИЇВСЬКЕ», схожого на торговельну марку № 195593, та оформлення кольєреток пива «КИЇВСЬКЕ» і «ЛЬВІВСЬКЕ».
- (112) Крім цього, на думку Заявника, висота та колір пляшок несуттєві в цій справі. Споживач основну увагу звертає на кольєретки або етикетки, які містять інформацію про назву пива, сорт та інше, і цим він керується під час придбання товару. А якщо зазначені елементи оформлення схожі, це може привести до змішування з діяльністю суб'єкта господарювання.
- (113) Щодо етикетки, яка міститься в нижній частині пляшки «ЛЬВІВСЬКЕ», Заявник вважає, що вона не є домінуючим елементом на пляшці, оскільки основною є кольєретка. У свою чергу, кольєретка на пляшці пива «КИЇВСЬКЕ» – єдине, за чим

споживач ідентифікує товар, а вона схожа на кольєретку пива «ЛЬВІВСЬКЕ», що встановлено Комітетом у попередніх висновках.

- (114) Крім цього, Заявник зазначає, що графічна схожість кольєреток у поєднанні з частковою фонетичною схожістю основних словесних елементів, які мають аналогічний семантичний сенс, призводить до того, що, незважаючи на видимі відмінності в окремих елементах, кольєретка Відповідача в цілому асоціюється з кольєреткою Заявника.

Спростування:

- (115) Як вже зазначалося в розділах 6.1 та 7 цього рішення, у результаті повного аналізу зовнішнього оформлення упаковок пива «КИЇВСЬКЕ» та «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» Комітет дійшов висновку, що упаковки пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» та «КИЇВСЬКЕ» мають певний перелік схожих між собою елементів.
- (116) Разом із тим Комітетом також встановлено, що упаковки пляшок пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» та «КИЇВСЬКЕ» містять елементи оформлення, які виключають повне ототожнення пляшок між собою, що унеможливило змішування діяльності Заявника та Відповідача.
- (117) Вказане підтверджується, зокрема, результатами проведеного органами Комітету Анкетування, відповідно до яких більше 80 % опитуваних зазначили, що зовнішнє оформлення упаковки пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» не схоже на зовнішнє оформлення упаковки пива «КИЇВСЬКЕ» настільки, що їх можна сплутати.
- (118) Разом із тим Комітет повідомляє таке.
- (119) Предметом розгляду справи є не використання окремих елементів оформлення продукції, зокрема, кольєретки, на схожості якої наполягає Заявник, а використання оформлення упаковки в цілому, що в сукупності включає в себе пляшку, кришку, кольєретку та етикетку.
- (120) Саме сукупність усіх елементів зовнішнього оформлення продукції може призвести до змішування діяльності Відповідача й діяльності Заявника, тому й оцінювати таке оформлення належить саме з точки зору сукупності.
- (121) Відповідно до статті 5 Закону України «Про Антимонопольний комітет України» Комітет здійснює свою діяльність, зокрема, відповідно до Конституції України, законів України «Про захист економічної конкуренції», «Про захист від недобросовісної конкуренції», цього Закону, інших законів та нормативно-правових актів, прийнятих відповідно до цих законів.
- (122) Зокрема, статтею 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України» чітко визначені повноваження Комітету у сфері здійснення контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції.
- (123) Так, враховуючи статті 5 та 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», Комітет у межах своїх повноважень здійснює розгляд справ про порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції.

- (124) Водночас, відповідно до статті 1 Закону України «Про Антимонопольний комітет України» Комітет є державним органом із спеціальним статусом, який полягає, зокрема, у спеціальних процесуальних засадах діяльності.
- (125) Органи Комітету самостійно визначають джерела та засоби, необхідні для повного й об'єктивного з'ясування обставин справи та які дають можливість встановити наявність або відсутність порушення.
- (126) Отже, Комітет у межах своїх дискреційних повноважень та компетенції здійснює розгляд справ на власний розсуд, збираючи необхідні докази способом, визначеним чинним законодавством.

8.2. Щодо проведеного органами Комітету Анкетування та неприйняття результатів опитування, проведеного ТОВ «ЦСТ «Соціополіс»

- (127) ПрАТ «Карлсберг Україна» стверджує, що Анкетування споживачів, виконане органами Комітету, містить ряд істотних недоліків, недопустимих для соціологічного опитування, зокрема щодо відсутності методології проведення такого анкетування, малої вибірки опитуваних респондентів, постановки некоректних питань, що ставить під сумнів достовірність отриманих даних і неможливість врахування його під час винесення рішення.
- (128) При цьому Заявник посилається на результати та достовірність проведеного ТОВ «ЦСТ «Соціополіс» опитування споживачів, неприйняття результатів якого, на думку ПрАТ «Карлсберг Україна», є недопустимим.

Спростування:

- (129) Відповідно до частини першої статті 41 Закону України «Про захист економічної конкуренції» доказами у справі можуть бути будь-які фактичні дані, які дають можливість встановити наявність або відсутність порушення. Ці дані встановлюються такими засобами: поясненнями сторін і третіх осіб, поясненнями службових осіб та громадян, письмовими доказами, речовими доказами і висновками експертів. Відповідно до частини другої статті 41 цього ж закону збір доказів здійснюється Антимонопольним комітетом України, його територіальними відділеннями незалежно від місцезнаходження доказів.
- (130) Законодавством про захист економічної конкуренції не визначено порядку опитування споживачів. Дорученням Голови Комітету від 07.06.2021 № 13-01/549 Південному, Північному, Східному, Західному, Південно-східному та Південно-західному міжобласним територіальним відділенням Комітету доручено провести анкетування споживачів пива біля продуктових торговельних мереж щодо визначення схожості оформлення упаковки продукції, що є предметом розгляду справи.
- (131) Відповідно до абзацу дев'ятого частини шостої статті 9 Закону України «Про Антимонопольний комітет України» Голова Антимонопольного комітету України видає накази, затверджує положення, інструкції та інші акти, обов'язкові для працівників Антимонопольного комітету України та його територіальних відділень. Тобто Анкетування споживачів проведено міжобласними територіальними

відділеннями Комітету відповідно до положень законодавства про захист економічної конкуренції.

- (132) Разом із тим Комітет зазначає, що Анкетування Комітету – це не соціологічне дослідження, а результати цього анкетування є поясненнями третіх осіб щодо визначення схожості оформлення упаковки продукції, яке є предметом розгляду справи. Отже, результати Анкетування Комітету є належним доказом у справі, а заперечення Заявника щодо його невідповідності вимогам, які ставляться до соціологічних досліджень або соціологічних опитувань, є безпідставними, оскільки проведене органами Комітетом анкетування не є соціологічним дослідженням.
- (133) Щодо твердження Заявника про неприйняття Комітетом результатів опитування, проведеного ТОВ «ЦСТ «Соціополіс», Комітет повідомляє таке.
- (134) Результати цього опитування належним чином оцінено як доказ у справі відповідно до положень статті 41 Закону України «Про захист економічної конкуренції».
- (135) З огляду на зазначене, Комітет надає оцінку як зібраним у справі доказам у цілому, так і кожному доказу окремо.

8.3. Щодо наданого Заявником експертного висновку

- (136) Заявником разом із Запереченнями надано висновок судових експертів Науково-дослідного центру судової експертизи з питань інтелектуальної власності Міністерства юстиції України Стаднік Д.М. та Ковальової Н.М. № 248/19 від 27 березня 2020 року за результатами проведення комісійного експертного дослідження об'єктів інтелектуальної власності (далі – Висновок експертів № 248/19) (додаток № 1 до Заперечень).
- (137) Заявником поставлено судовим експертам два питання для вирішення:
1. «Чи є комбіноване позначення у вигляді композиції основних словесних та зображувальних елементів, що складає зовнішній вигляд етикетки (кольєретки) пляшки пива “Оболонь “КІЇВСЬКЕ” розливне” виробництва приватного акціонерного товариства “Оболонь”, схожим зі знаком для товарів і послуг за свідоцтвом України № 195593 настільки, що їх можна сплутати?».
 2. «Чи присутня між комбінованим позначенням у вигляді композиції основних словесних та зображувальних елементів, що складає зовнішній вигляд етикетки (кольєретки) пляшки пива “Оболонь“КІЇВСЬКЕ” розливне» виробництва приватного акціонерного товариства “Оболонь” та комбінованим позначенням у вигляді композиції основних словесних та зображувальних елементів, що складає зовнішній вигляд етикетки (кольєретки) пляшки пива “ЛЬВІВСЬКЕ” 1715” виробництва приватного акціонерного товариства “Карлсберг Україна” така схожість, яка може призвести до змішування діяльності ПрАТ “Оболонь” з діяльністю ПрАТ “Карлсберг Україна”?».
- (138) Висновок експертів № 248/19 містить, зокрема, такі твердження стосовно порівняння елементів позначення за заявкою № m201826120 (кольєретка пива «КІЇВСЬКЕ») (далі в пункті – Позначення) та знаків за свідоцтвом України № 195593 (домінуючі зображення та елементи на кольєретці пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715») (далі в пункті – Знак):

- словесні позначення «ЛЬВІВСЬКЕ» та «КИЇВСЬКЕ» в обох позначеннях є домінуючими;
- за фонетичними ознаками словесні позначення «ЛЬВІВСЬКЕ» та «КИЇВСЬКЕ» мають 4 з 5 схожих характеристик, зокрема близькі й такі, що збігаються, звуки; близькі звуки та звукосполучення, які послідовно збігаються; мають однаковий наголос на першому складі слова тощо;
- з графічними ознаками Позначення та Знак мають 6 з 6 спільних порівняних ознак, зокрема, вид шрифту, використані кольори, а також загальне зорове враження;
- експерти також наголошують на смисловій (семантичній) схожості домінуючих словесних позначень, які є частиною Знака та Позначення;
- також експерти дійшли висновку, що використання таких схожих позначень, як Знак та Позначення, для того ж самого виду товару – пива – не виключає можливість введення в оману споживача щодо особи, яка виробляє такий товар, та може породжувати у свідомості споживача асоціації, пов'язані з певним виробником, які насправді не відповідають дійсності. Отже, схожість Знака та Позначення може призвести до змішування діяльності Заявника та Відповідача.

(139) За результатом проведеного дослідження судові експерти дійшли таких висновків відповідно до поставлених Заявником питань:

1. Комбіноване позначення у вигляді композиції основних словесних та зображувальних елементів, що складає зовнішній вигляд етикетки (кольєретки) пляшки пива «Оболонь «КИЇВСЬКЕ» розливне» виробництва приватного акціонерного товариства «Оболонь», схоже на знак для товарів і послуг за свідоцтвом України № 195593 настільки, що їх можна сплутати.

2. Між комбінованим позначенням у вигляді композиції основних словесних та зображувальних елементів, що складає зовнішній вигляд етикетки (кольєретки) пляшки пива «Оболонь «КИЇВСЬКЕ» розливне» виробництва приватного акціонерного товариства «Оболонь», та комбінованим позначенням у вигляді композиції основних словесних та зображувальних елементів, що складає зовнішній вигляд етикетки (кольєретки) пляшки пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» виробництва приватного акціонерного товариства «Карлсберг Україна», існує схожість, яка може призвести до змішування діяльності ПрАТ «Оболонь» з діяльністю ПрАТ «Карлсберг Україна».

(140) Заявник вважає, що Висновок експертів № 248/19 вкотре підтверджує схожість комбінованого позначення, використаного на кольєретці пива «КИЇВСЬКЕ», з торговельною маркою № 195593 та оформленням кольєреток пива «ЛЬВІВСЬКЕ», що є порушенням Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції».

Спростування:

(141) Відповідно до Висновку експертів № 248/19, наданого Заявником, кольєретка пляшки пива «КИЇВСЬКЕ» об'ємом 0,6 л схожа на кольєретку пляшки пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» об'ємом 0,45 л виробництва ПрАТ «Карлсберг Україна», що може призвести до змішування діяльності ПрАТ «Оболонь» та ПрАТ «Карлсберг Україна».

- (142) При цьому Комітетом встановлено, що схожість оформлення упаковок пляшок пива (товару в цілому) у Висновку експертів № 248/19 не досліджено.
- (143) Отже, з точки зору об'єктивності та достатності для кваліфікації порушення ПрАТ «Оболонь» законодавства про захист від недобросовісної конкуренції такого висновку недостатньо, оскільки правильність кваліфікації Комітетом виявленого порушення залежить від загальної схожості упаковки товарів ПрАТ «Карлсберг Україна» та ПрАТ «Оболонь».
- (144) Оскільки предметом розгляду справи № 127-26.4/57-21 є загальний вигляд пляшок пива Заявника та Відповідача, а предметом дослідження у Висновку експертів № 248/19 (як і у Висновку експерта № 159) є виключно кольєретки, за якими неможливо скласти уявлення про продукцію в цілому, вказаний доказ Комітет не враховує.

8.4. Щодо інших заперечень Заявника

- (145) Заявник зазначає, що в Заяві 1 та Заяві 2 викладено обставини не щодо повного ототожнення пляшок між собою, а лише про використання Відповідачем комбінованого позначення, схожого на знак за свідоцтвом України № 195593, та про схожість оформлення, що може призвести до сплутування.
- (146) На думку Заявника, порушення все ж таки встановлено Комітетом, оскільки схожість оформлення кольєреток визначено в результаті аналізу зовнішнього оформлення пляшок пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» та «КІЇВСЬКЕ» у розділі 6.1 цього рішення.

Спростування:

- (147) Заявником у Заяві 1 та Заяві 2 вказано, що, на його думку, зовнішнє оформлення пляшки пива «КІЇВСЬКЕ» схоже на зовнішнє оформлення пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» настільки, що може призвести до змішування діяльності Заявника та Відповідача.
- (148) Разом із тим розпорядженням державного уповноваженого Комітету від 23.04.2021 № 06/107-р розпочато розгляд справи № 127-26.4/57-21 за ознаками вчинення порушення ПрАТ «Оболонь», передбаченого статтею 4 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді використання оформлення упаковки товару без дозволу (згоди) приватного акціонерного товариства «Карлсберг Україна», яке раніше почало використовувати його або схожі на нього позначення у господарській діяльності, що призвело чи може призвести до змішування з діяльністю цього суб'єкта господарювання.
- (149) Тобто предметом розгляду справи № 127-26.4/57-21 є саме повний загальний вигляд товару, а не окремо комбіновані позначення на кольєретці пива «КІЇВСЬКЕ», відповідно до чого й проведено повні та всебічні розслідування, аналіз наявних доказів та розгляд справи.
- (150) Отже, Комітет вважає всі заперечення Заявника спростованими.
- (151) Крім цього, Комітет зазначає, що Заявником разом із текстом Заперечень не надано доказів, які б спростовували наведені в цьому рішенні факти та/або підтверджували наведені ПрАТ «Карлсберг Україна» Заперечення.

9. ЗАПЕРЕЧЕННЯ ТА ЗАУВАЖЕННЯ ВІДПОВІДАЧА ЩОДО ПОДАННЯ З ПОПЕРЕДНІМИ ВИСНОВКАМИ

- (152) У відповідь на Подання Відповідачем надано Додаткові пояснення, у яких Відповідач загалом підтримує висновки, наведені в Поданні, та зазначає, що використання ПрАТ «Оболонь» оформлення упаковки пива «КИЇВСЬКЕ» не може й не призводить до змішування з діяльністю ПрАТ «Карлсберг Україна», яке використовує оформлення упаковки пива «Львівське 1715». Разом із тим Заявник вважає необхідним зазначити власну позицію щодо Заперечень та Подання, зокрема таке.
- (153) Відповідач вважає, що походження пива «КИЇВСЬКЕ» (з міста Київ) є унікальною рисою саме ПрАТ «Оболонь» протягом багатьох років, оскільки вказана продукція належить до класичної лінійки пива виробництва Відповідача. Разом із тим Товариство наводить перелік ознак та зовнішніх характеристик, які, на його думку, забезпечують пиву «КИЇВСЬКЕ» високий ступінь розрізняльної здатності серед пивної продукції інших виробників, зокрема:
- кольєретка з фоном міста, використана на пляшці пива «КИЇВСЬКЕ», є класичним рішенням оформлення упаковки товару ПрАТ «Оболонь» (використовується з 1997 року й дотепер на різних товарах), завдяки чому продукція стала добре відомою споживачам України;
 - позначення «Оболонь» визнано добре відомим на 02.01.2002 у тому числі за рахунок використання класичного рішення щодо фону (силуету) міста на етикетках своєї продукції, її постійного застосування на самому розповсюдженому товарі ПрАТ «Оболонь» – світлому пиві та на багатьох інших. Вказані факти підтверджуються зображеннями етикеток продукції ПрАТ «Оболонь» різних років випуску та інформацією, наведеною в листі Відповідача № 916/0/2-20 від 13.07.2020 (вх. Комітету № 8-09/9154 від 16.07.2020);
 - словесний елемент «Київське» на пиві «КИЇВСЬКЕ» ПрАТ «Оболонь» використовує з 1980 року в різних кольорових та графічних виконаннях, добре відомих споживачам в Україні.
- (154) Оцінивши надані Заявником Заперечення, ПрАТ «Оболонь» наголошує на тому, що викладені в Запереченнях висновки ПрАТ «Карлсберг Україна» та Висновки експертів № 248/19, у яких досліджувалася схожість торговельної марки Заявника за свідоцтвом України № 195593 із частиною упаковки товару ПрАТ «Оболонь» та кольєретки пляшки пива «КИЇВСЬКЕ», є такими, що суперечать обставинам, викладеним Заявником у Заяві 1 та Заяві 2, а також предмету розгляду справи № 127-26.4/57-21.
- (155) ПрАТ «Оболонь» також зазначає, що якщо Заявник вбачає схожість між торговим знаком за свідоцтвом України № 195593 та позначенням етикетки (кольєретки) пляшки пива «КИЇВСЬКЕ», такий спір повинен вирішуватись у судовому порядку, визначеному Законом України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг».
- (156) Щодо Висновку експертів № 248/19 ПрАТ «Оболонь» зазначило про такі недоліки:
- експерти обмежилися дослідженням етикеток (кольєреток) за правилами словесних позначень і тільки домінуючих слів – «Львівське» та «Київське»;

- дослідження всього позначення етикеток за фонетичною (звуковою), графічною (візуальною) та семантичною (смісловою) схожістю не здійснювалось;
- виявлено суттєву помилку під час дослідження семантичної (сміслової) схожості, що призвела до помилковості висновків, оскільки Київ та Львів є містами України, центрами одних із найбільших областей і сплутати ці міста неможливо. Зокрема, Київ є столицею України та центром такої стародавньої держави, як Київська Русь, що створює у свідомості дорослої та освіченої людини чітко визначений образ.

- (157) Разом із тим ПрАТ «Оболонь» категорично не погоджується з поданим Заявником соціологічним дослідженням, проведеним ТОВ «ЦСТ «Соціополіс», оскільки, на його думку, воно проведено з низкою порушень, які спричинили викривлені результати, зокрема, за рахунок маніпулятивних запитань та неповноти дослідження.
- (158) Відповідач вважає, що результати такого опитування не можуть бути взяті Комітетом до уваги під час винесення рішення, незважаючи на значний досвід ТОВ «ЦСТ «Соціополіс» у складанні соціологічних досліджень.
- (159) ПрАТ «Оболонь» разом із текстом Додаткових пояснень надало результати звіту кількісного маркетингового дослідження «Тест дизайну упаковок ТМ «Оболонь Київське Розливне» vs. ТМ «Львівське 1715», проведеного агентством маркетингових досліджень «BRAVE research» (товариство з обмеженою відповідальністю «БРЕЙВ РІСЬОРЧ», [REDACTED] (далі – ТОВ «БРЕЙВ РІСЬОРЧ») для ПрАТ «Оболонь» (далі – Маркетингове дослідження). Відповідач зазначає про такі висновки, зроблені за результатами його проведення:
- споживачі, під час вибору пива «КИЇВСЬКЕ», у 20 % випадків плутали його з пивом «Оболонь світле» та в 11 % – з пивом «Жигулівське» виробництва ПрАТ «Оболонь»;
 - споживачі ж, які хотіли придбати пиво «Львівське 1715», у 95 % випадків не помилялися з його вибором на полиці, де розміщено бренди пива різних виробників: «Свіжий Розлив» та «Бочкове» під торговельною маркою «Перша Приватна Броварня, «Зіберт», «Чернігівське світле», «Білий Ведмідь світле», «Львівське світле», «Жигулівське», «Оболонь світле»;
 - у результаті моделювання реальної ситуації на полиці визнано унікальність пива «Львівське 1715» серед всіх дизайнів упаковок пива;
 - крім цього, виявлено схожість пива «КИЇВСЬКЕ» та власної продукції ПрАТ «Оболонь», але аж ніяк не схожість із продукцією ПрАТ «Карлсберг Україна»;
 - переважна більшість споживачів (80 %) вважає, що дизайн упаковок пива «КИЇВСЬКЕ» та «Львівське 1715» відрізняється та вони б не сплутали ці пляшки на полиці з пивом у магазині під час покупки;
 - найбільшу увагу у 78 % та 89 % споживачів привертає тиснення на пляшках пива «Київське розливне» та «Львівське 1715», які виконані з різних матеріалів. Обидві упаковки товарів створюють стійкі асоціації з відповідними містами, а

зображення лева, що тримає кухоль, виконане тисненням на скляній пляшці пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715», у 100 % споживачів асоціюється із Львовом;

- дослідження дизайну упаковок пива проводилося серед 500 споживачів пива, які раз на тиждень або частіше споживають світле пиво, розглядають як покупку пива «КІЇВСЬКЕ» та «ЛЬВІВСЬКЕ 1715». Тобто цільовою аудиторією серед опитаних були реальні споживачі пива, серед яких – 70 % чоловіків та 30 % жінок у містах України з населенням 50 тис. – 1 млн та більше.

- (160) Отже, ПрАТ «Оболонь» просить долучити Додаткові пояснення разом із відповідними додатками до матеріалів справи, врахувати їх під час прийняття рішення та закрити провадження у справі № 127-26.4/57-21.

10. ПІДСТАВИ ЗАКРИТТЯ ПРОВАДЖЕННЯ У СПРАВІ

- (161) Відповідно до статті 4 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» неправомірним є використання імені, комерційного (фірмового) найменування, торговельної марки (знака для товарів та послуг), рекламних матеріалів, оформлення упаковки товарів і періодичних видань, інших позначень без дозволу (згоди) суб'єкта господарювання, який раніше почав використовувати їх або схожі на них позначення у господарській діяльності, що призвело чи може призвести до змішування з діяльністю цього суб'єкта господарювання.
- (162) За результатами дослідження матеріалів справи, а також аналізу зовнішнього оформлення пляшок пива «КІЇВСЬКЕ» та «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» Комітет дійшов висновку, що використання ПрАТ «Оболонь» у своїй господарській діяльності оформлення пляшки пива «КІЇВСЬКЕ» об'ємом 0,6 л не може призвести до змішування з діяльністю ПрАТ «Карлсберг Україна», яке використовує у власній діяльності оформлення пляшки пива «ЛЬВІВСЬКЕ 1715» об'ємом 0,45 л.
- (163) Комітет бере до уваги напрацьовану ділову репутацію сторін у справі, що також виключає змішування діяльності Заявника та Відповідача.
- (164) Здійснення господарської діяльності товариствами на території України протягом тривалого часу, визнання їхніх торговельних марок добре відомими – «Оболонь» та «ЛЬВІВСЬКЕ 1715», велика територія поширення продукції виробництва ПрАТ «Оболонь» та ПрАТ «Карлсберг Україна» на ринку слабоалкогольної продукції та, зокрема, пива сприяють виникненню у споживача продукції, яку виробляють ПрАТ «Оболонь» та ПрАТ «Карлсберг Україна», асоціації лише із цими товариствами, виключаючи можливість сплутування діяльності першого з останнім.
- (165) Отже, вчинення ПрАТ «Оболонь» порушення, передбаченого статтею 4 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», не доведено.
- (166) Відповідно до статті 27 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» процесуальні засади діяльності органів Антимонопольного комітету України щодо захисту від недобросовісної конкуренції, зокрема розгляд справ про недобросовісну конкуренцію, порядок виконання рішень та розпоряджень органів Антимонопольного комітету України, голів його територіальних відділень, їх перевірка, перегляд, оскарження та гарантії учасників процесу, інші питання щодо захисту від

недобросовісної конкуренції регулюються законодавством про захист економічної конкуренції з урахуванням особливостей, визначених цим Законом.

- (167) Відповідно до статті 30 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» органи Антимонопольного комітету України у справах про недобросовісну конкуренцію приймають обов'язкові для виконання рішення, зокрема, про закриття провадження у справі.
- (168) Відповідно до статті 49 Закону України «Про захист економічної конкуренції» розгляд справи про порушення підлягає закриттю без прийняття рішення по суті, якщо не доведено вчинення порушення.

Враховуючи викладене, керуючись статтею 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтями 27 і 30 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», статтею 49 Закону України «Про захист економічної конкуренції» та пунктом 36 Правил розгляду заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, затверджених розпорядженням Антимонопольного комітету України від 19 квітня 1994 року № 5, зареєстрованих у Міністерстві юстиції України 6 травня 1994 року за № 90/299, Антимонопольний комітет України

ПОСТАНОВИВ:

Закрити провадження у справі № 127-26.4/57-21.

Рішення може бути оскаржене до господарського суду міста Києва у двомісячний строк з дня його одержання.

Голова Комітету

Ольга ПІЩАНСЬКА