

ФАС

ФАС

**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**

625048, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а
1-55

тел.

РЕШЕНИЕ №Р17/44-5

11.12.2017

г.

г. Тюмень

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:	<...>	- заместитель руководителя управления – начальник отдела КМД;
Члены Комиссии:	<...>	- главный специалист- эксперт отдела КСЗ;
	<...>	- специалист-эксперт отдела КСЗ,

рассмотрев дело № Р17/44-5, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в отсутствие представителей:

- ООО «М» (<...>, г. Самара, ул. <...>), уведомлено надлежащим образом;
- ИП <...> (<...>, г. Саратов, ул. <...>, <...>), уведомлен надлежащим образом (почтовый идентификатор – <...>),

УСТАНОВИЛА:

В Тюменское УФАС поступило обращение ООО «М» о распространении рекламы на интернет-сайте <https://<...>.ru/news/25119/v-tyumeni-otkroetsya-masshtabnaya-vyistavka-robotov/>, следующего содержания: «В Тюмени откроется масштабная выставка роботов. Тюменцы 29 апреля увидят достижения инженеров всего мира на выставке роботов «Р», содержащей признаки нарушения требований рекламного законодательства.

Как указывает ООО «М», при просмотре интернет-сайта (адрес: <https://<...>.ru/news/25119/v-tyumeni-otkroetsya-masshtabnaya-vyistavka-robotov/>), была выявлена реклама выставки «Р», организация которой осуществляется конкурирующей фирмой по организации выставок автоматических устройств (роботов). По мнению ООО «М» данная информация содержит признаки нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), поскольку в рекламе используются фото и видеоматериалы, способные вызвать смешение выставок «Р» (ИП <...>) и «Г» (ООО «М»).

Определением от 24.07.2017 № Р17/44-5 возбуждено дело № Р17/44-5 по признакам нарушения законодательства о рекламе.

Согласно письменным пояснениям ООО «М», общество обладает исключительными, авторскими и смежными правами в отношении фото и видеоматериалов, используемых ИП <...> в рекламе выставки «Р», размещаемой на интернет-сайте <https://<...>.ru/news/25119/v-tyumeni-otkroetsya-masshtabnaya-vyistavka-robotov/>.

Изучив письменные доказательства по делу, Комиссия пришла к следующим выводам.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, *рекламой* является информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке; *объект рекламирования* - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в

оборот; *ненадлежащая реклама* - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Независимо от формы или используемого средства распространения, реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как реклама.

Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

В рассматриваемой рекламе, информация направлена на привлечение внимания потребителей к выставке роботов «Р».

Таким образом, информация, распространяемая на интернет-сайте <https://<...>.ru/news/25119/v-tyumeni-otkroetsya-masshtabnaya-vyistavka-robotov>, соответствует понятию, изложенному в ст. 3 Закона о рекламе и является рекламной, где объектом рекламирования являются выставка роботов.

Как следует из [части 1 статьи 5](#) Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. Вместе с тем способ, форма и средства распространения соответствующей информации имеет существенное значение. Ненадлежащей рекламой согласно [подпункту 4 статьи 3](#) Закона о рекламе является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно п. 4 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе, недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

Согласно п. 7 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) конкуренция – это соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

В соответствии с п. 9 ст. 4 Закона о защите конкуренции

недобросовестная конкуренция - любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

Согласно п. 1 ст. 14.3. Закона о защите конкуренции, не допускается недобросовестная конкуренция путем совершения хозяйствующим субъектом действий по продаже, обмену или иному введению в оборот товара, если при этом незаконно использовались результаты интеллектуальной деятельности, за исключением средств индивидуализации, принадлежащих хозяйствующему субъекту-конкуренту.

В соответствии с постановлением Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Закона "О рекламе", информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Согласно п.1.4 Договора на оказание услуг по видеосъемке № <...>, заключенного между ООО «М» (далее-Заказчик) и <...> (далее-Исполнитель), исключительное (имущественное) право на результаты работ (видеоролик) передается Заказчику, авторские права принадлежат Исполнителю.

Согласно п. 1.4 Договора на оказание услуг по фотосъемке № <...>, заключенного между ООО «М» (далее-Заказчик) и <...> (далее-Исполнитель), исключительное (имущественное) право на результаты работ (видеоролик) передается Заказчику, авторские права принадлежат Исполнителю.

Согласно п. 1.4 Договора на оказание услуг по фотосъемке № <...>, заключенного между ООО «М» (далее-Заказчик) и <...> (далее-Исполнитель), исключительное (имущественное) право на результаты работ (видеоролик) передается Заказчику, авторские права принадлежат Исполнителю.

Таким образом, исключительное (имущественное) право на фото и видеоматериалы, используемые в рекламе, размещаемой на интернет-с а й т е <https://<...>.ru/news/25119/v-tyumeni-otkroetsya-masshtabnaya-vyistavka-robotov/>, принадлежит ООО «М».

Размещение рассмотренной информации о деятельности ИП <...> направлено на формирование положительного образа о выставке «Р». Преимущество компания получает за счет использования достижений другого хозяйствующего субъекта в информировании о своей деятельности. Размещение ИП <...> фото и видеоматериалов, исключительное (имущественное) право на которые принадлежит ООО «М», является способом вызвать смешение в отношении выставок, ставит под сомнение аналогичную информацию, размещаемую ООО «М», что может нанести ущерб деловой репутации последнего.

Согласно части 2 статьи 15 Гражданского кодекса Российской Федерации под убытками понимаются расходы, которые лицо, чье право нарушено, произвело или должно будет произвести для восстановления нарушенного права, утрата или повреждение его 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).

При этом, ИП <...> своими неправомерными действиями мог получить преимущество по отношению к конкурентам, так как использовал ложные сведения о своей деятельности, создавая впечатление об известности и успешной деятельности на определенном рынке, чем мог ввести потребителей в заблуждение, и тем самым мог нанести убытки ООО «М» которые выражались в недополученной прибыли, поскольку потребители могли посчитать выставку «Р» тождественной выставке «Г», что могло способствовать оттоку посетителей у Заявителя.

Таким образом, заявитель в лице ООО «М», мог бы понести убытки (в виде упущенной выгоды) в случае продолжения противоправных действий со стороны ИП <...>, выраженных в размещении ложных, неточных, искаженных сведений и использовании фото и видеоматериалов, исключительное (имущественное) право на которые принадлежит Заявителю.

Действия ИП <...> направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности и противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

Таким образом, реклама, распространяемая на интернет-сайте <https://<...>.ru/news/25119/v-tyumeni-otkroetsya-masshtabnaya-vyistavka-robotov/>, следующего содержания: «В Тюмени откроется масштабная

выставка роботов. Тюменцы 29 апреля увидят достижения инженеров всего мира на выставке роботов «Р», содержит нарушения п. 4 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе, поскольку является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

В соответствии с ч. 4 ст. 38 Закона о рекламе, нарушение рекламопроизводителями, рекламодателями, рекламодателями, рекламодателями законодательства РФ о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством РФ об административных правонарушениях.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований п. 4 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Согласно п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо.

Как установлено материалами дела, рекламодателем является ИП <...> (<...>, г. Саратов, ул. <...>, <...>).

Таким образом, в действиях ИП <...> как рекламодателя вышеуказанной рекламы, содержатся нарушения требований п. 4 ч.2 ст. 5 Закона о рекламе.

Согласно [пункту 44](#) Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Вместе с тем, ответчиком не представлено документальных доказательств о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ИП <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, распространяемую на интернет-сайте <https://<...>.ru/news/25119/v-tyumeni-otkroetsya-masshtabnaya-vyistavka-robotov/>, следующего содержания: «В Тюмени откроется масштабная выставка роботов. Тюменцы 29 апреля увидят достижения инженеров всего мира на выставке роботов «Р» **ненадлежащей**, поскольку в ней нарушены требования п. 4 ч. 2 ст. 5 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП < ... > предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тюменского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме _____ года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель
комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>