

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №140-ФАС22-Р/10-16

Решение изготовлено в полном объеме 01 ноября 2016 года.
г.Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>

рассмотрев дело №140-ФАС22-Р/10-16 по факту размещения в газете «Сельский новатор» от 03.09.2016г. рекламы, в которой усматриваются признаки нарушения п.4 ч.2 ст.5, п.20 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе»,

в отсутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе - рекламодателя Ч<...> (уведомлена надлежащим образом),

в отсутствии заинтересованного лица МАУ «Редакция газеты «Сельский новатор» (уведомлено надлежащим образом),

в отсутствии заявителя Федеральное государственное бюджетное учреждение «Научно-исследовательский институт садоводства Сибири имени М.А.Лисавенко», далее по тексту - ФГБНУ «НИИСС» (уведомлено надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Ч<...>, МАУ «Редакция газеты «Сельский новатор» своевременно и надлежащим образом извещены о дате, времени и месте рассмотрения дела.

В соответствии с п.30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508, не является препятствием для рассмотрения дела отсутствие сторон, если имеются данные о своевременном извещении о времени и месте рассмотрения дела и если от них не поступило мотивированное ходатайство об отложении рассмотрения дела или указанное ходатайство не удовлетворено антимонопольным органом.

МАУ «Редакция газеты «Сельский новатор» на заседание Комиссии представителя не направило. Ч<...> на заседание Комиссии не явилась, заказную почтовую корреспонденцию от антимонопольного органа не получает. Ч<...> на запрос антимонопольного органа были представлены пояснения (вхд.№1611014 от 28.09.2016г.), направленные с электронной почты <...>@mail.ru.

Определение о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства о рекламе было направлено в адрес Ч<...> по электронной почте <...>, а также по адресу, указанному в договоре об оказании услуг связи от 11.09.2012г., представленному ПАО «Мегафон». Ч<...> заказную почтовую корреспонденцию от антимонопольного органа не получает, от получения корреспонденции уклоняется.

Данное обстоятельство свидетельствует о надлежащем извещении Ч<...> о дате,

времени и месте рассмотрения настоящего дела, что в силу пункта 30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, не является препятствием для рассмотрения антимонопольным органом дела по существу.

На основании изложенного, принято решение о рассмотрении дела в отсутствие рекламодателя Ч<...>, а также в отсутствие заявителя и представителя заинтересованного лица.

Комиссия Алтайского краевого УФАС России, исследовав материалы дела, пришла к следующим выводам.

В Алтайском краевом УФАС России на рассмотрении находится заявление ФГБНУ «Научно-исследовательский институт садоводства Сибири имени М.А. Лисавенко» (вхд.№1610301 от 09.09.2016г.) о размещении в выпуске газеты «Сельский новатор» от 03.09.2016г. рекламной информации следующего содержания: «Для вас, садоводы! Мы отобрали для вас одни из лучших сортов Сибирской селекции с гарантией качества от Института садоводства Сибири.... Купить саженцы можно на центральном рынке с.Залесово 9-10-11 сентября. Продажа с автомобиля «газель» с вывеской «Институт садоводства Сибири» Остерегайтесь подделок».

Заявитель указывает, что имеет в своем наименовании слова «Институт садоводства Сибири». Рекламодателем данного материала не является, реализовывает свою сертифицированную растениеводческую продукцию в ином месте. Неправомерное использование рекламодателем наименование Института может нанести вред деловой репутации ФГБНУ «НИИСС».

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006г № 38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Рассматриваемая рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», закрепленному в статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к саженцам, реализуемые Институтом садоводства Сибири, способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

На запрос антимонопольного органа редакция газеты «Сельский новатор» пояснило, что заказ на размещение рекламы поступил от заказчика Чебовских Ксении. Исходный макет был предоставлен рекламодателем с требованием изменить рекламный блок (изначально указан г.Заринск) и с требованием добавить название питомников Барнаул «НИИ им. М.А. Лисавенко», Бакчарский опорный пункт северного садоводства, Новосибирск, Барабинск, Калачинск; сборная селекция сибирских сортов, иных изменений в макет не вносилось. Макет был согласован по электронной почте <...>@mail.ru.

Ч<...> (вхд.№1611014 от 28.09.2016г.) на запрос антимонопольного органа пояснила, что запрашиваемые документы предоставить не имеется возможности, поскольку

данные документы отсутствуют. Формулировка «Институт садоводства Сибири» в подаваемой рекламе не содержит ссылок на ФГБНУ «Научно-исследовательский институт садоводства Сибири имени М.А. Лисавенко».

ЗАО «Плодопитомник Лисавенко» (646904, Омская область, г.Калачинск, ул.Лисавенко, 1) на запрос антимонопольного органа пояснило, что договорных отношений с покупателем Ч<...> не было.

ФГУП «Бакчарское» (636200, Томская область, Бакчарский район, с.Бакчар, пер. Садовый, 1) пояснило, что Ч<...> делала заявку на посадочный материал, был выставлен счет на оплату №145 от 09.08.2016г., но оплата произведена не была и за саженцами не приехала. В заявке не было жимолости, но в газете указаны сорта ФГУП «Бакчарское».

В соответствии с п.4 ч.2 ст.5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

Согласно п.9 ст.4 Федерального 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.

В соответствии с частью 3 статьи 14.2 Федерального закона «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция путем введения в заблуждение, в том числе в отношении места производства товара, предлагаемого к продаже, изготовителя такого товара, гарантийных обязательств продавца или изготовителя.

В соответствии с частью 1 статьи 14.6 Федерального закона «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция путем совершения хозяйствующим субъектом действий (бездействия), способных вызвать смешение с деятельностью хозяйствующего субъекта-конкурента либо с товарами или услугами, вводимыми хозяйствующим субъектом-конкурентом в гражданский оборот на территории Российской Федерации, в том числе незаконное использование обозначения, тождественного товарному знаку, фирменному наименованию, коммерческому обозначению, наименованию места происхождения товара хозяйствующего субъекта-конкурента либо сходного с ними до степени смешения, путем его размещения на товарах, этикетках, упаковках или использования иным образом в отношении товаров, которые продаются либо иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, а также путем его использования в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая размещение в доменном имени и при других способах адресации.

В соответствии со статьей 54 ГК РФ юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на организационно-правовую форму, а в случаях, когда законом предусмотрена возможность создания вида юридического лица,

указание только на такой вид.

В силу статьи 1474 Гражданского Кодекса РФ, юридическому лицу принадлежит исключительное право использования своего фирменного наименования в качестве индивидуализации любым, не противоречащим закону способом (исключительное право на фирменное наименование), в том числе путем его указания на вывесках, бланках, в счетах и иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, в сети "Интернет".

Согласно выписке из ЕГРЮЛ полное наименование заявителя - Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Научно-исследовательский институт садоводства Сибири имени М.А.Лисавенко». Учреждение является правопреемником Научно-исследовательского института садоводства Сибири имени М.А.Лисавенко, созданного в 1973 году.

Таким образом, словесное обозначение Институт садоводства Сибири является наиболее узнаваемой частью наименования заявителя, используемой для продвижения продукции на протяжении многих лет, и напрямую связывается с ФГБНУ «НИИСС».

В рекламе Ч<...> «Для вас, садоводы! Мы отобрали для вас одни из лучших сортов Сибирской селекции с гарантией качества от Института садоводства Сибири...» используется часть наименования ФГБНУ «НИИСС».

ФГБНУ «Научно-исследовательский институт садоводства Сибири имени М.А. Лисавенко» договор с Ч<...> на реализацию рекламируемой продукции не заключало, разрешение на использование в рекламе наименования Института садоводства Сибири Ч<...> не давало. Таким образом, Ч<...> неправомерно использовала принадлежащее ФГБНУ «НИИСС» наименование «Институт садоводства Сибири».

Привлечение к своему товару потребителей, которые полагают, что приобретение данной продукции выгоднее у рекламируемого продавца, поскольку Институт садоводства Сибири является известным и зарекомендовавшим себя производителем и продавцом посадочного материала плодово-ягодных и декоративных культур, влечет создание условий, способствующих перераспределению - приобретению потребителей конкурента и является актом недобросовестной конкуренции.

Согласно п.20 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Поскольку рассматриваемая реклама содержит формулировку: «Институт Садоводства Сибири» данная реклама вводит потребителей в заблуждение относительно изготовителя или продавца рекламируемого товара.

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения п.4 ч.2 ст.5, п.20 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, признается, согласно п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащей.

В соответствии со ст.38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований, установленных п.4 ч.2 ст.5, п.20 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель – Ч<...>.

Согласно части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе», антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламораспространителям, рекламопроизводителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе выдается виновному в нарушении лицу, а также участвующим в рассмотрении дела лицам, причастным к распространению ненадлежащей рекламы и способным прекратить ее распространение.

Заинтересованное лицо МАУ «Редакция газеты «Сельский новатор», являющееся рекламораспространителем рассматриваемой рекламы, способно прекратить распространение рекламы с нарушением требований п.4 ч.2 ст.5, п.20 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «Для вас, садоводы! Мы отобрали для вас одни из лучших сортов Сибирской селекции с гарантией качества от Института садоводства Сибири.... Купить саженцы можно на центральном рынке с.Залесово 9-10-11 сентября. Продажа с автомобиля «газель» с вывеской «Институт садоводства Сибири» Остерегайтесь подделок», размещенную в газете «Сельский новатор» от 03.09.2016г., ненадлежащей.

2. Признать Ч<...> нарушившей требования п.4 ч.2 ст.5, п.20 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

3. Выдать Ч<...> предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

4. Выдать МАУ «Редакция газеты «Сельский новатор» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе, как лицу, способному устранить нарушение.

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

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ №155

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

01 ноября 2016 г.

г. Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>

на основании своего решения от 01 ноября 2016г. по делу №140-ФАС22-Р/10-16 о признании ненадлежащей рекламы, размещенной в газете «Сельский новатор» от 03.09.2016г., в которой содержатся не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством, что нарушает требование п.4 ч.2 ст.5, п.20 ч.3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Ч<...> в **десятидневный срок** со дня вынесения предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить размещение ненадлежащей рекламы, по которой принято решение по делу.

2. Ч<...> представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 21 ноября 2016 года**.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю вправе, в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот до пятисот тысяч рублей.

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

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ №156

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

01 ноября 2016 г.

г. Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>

на основании своего решения от 01 ноября 2016г. по делу №140-ФАС22-Р/10-16 о признании ненадлежащей рекламы, размещенной в газете «Сельский новатор» от 03.09.2016г., в которой содержатся не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством, что нарушает требование п.4 ч.2 ст.5, п.20 ч.3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. МАУ «Редакция газеты «Сельский новатор» в **десятидневный срок** со дня вынесения предписания, как лицу способному прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, прекратить распространение ненадлежащей рекламы, по которой принято решение по делу.
2. МАУ «Редакция газеты «Сельский новатор» представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 21 ноября 2016 года**.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю вправе, в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот до пятисот тысяч рублей.

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

<...>