

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №74-ФАС22-Р/06-16

Резолютивная часть решения объявлена 09 августа 2016 года.

Решение изготовлено в полном объеме 11 августа 2016 года.

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

<...>

рассмотрев дело №74-ФАС22-Р/06-16 по факту размещения в газете «Читай Город» №18 (485) от 04.05.2016г. на стр.9 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 ИП Долговой (уведомлена надлежащим образом),

в отсутствии заинтересованного лица ООО «ИД «Алтапресс» (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:

ИП Долгова, ООО «ИД «Алтапресс» 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.

ООО «ИД «Алтапресс» на заседание Комиссии представителя не направило. ИП Долгова на заседание Комиссии не явилась, заказную почтовую корреспонденцию от антимонопольного органа не получает.

Определение о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства о рекламе было направлено в адрес ИП Долговой по электронной почте (<...>@mail.ru).

05.07.2016г. в связи с отсутствием в материалах дела доказательств надлежащего извещения рекламодателя ИП Долговой о месте и времени рассмотрения дела, Комиссией вынесено определение об отложении рассмотрения дела, указанное определение направлено в адрес ИП Долговой заказным письмом с

уведомлением <...>, по электронной почте <...>@mail.ru. ИП Долгова почтовую корреспонденцию не получает.

Таким образом, антимонопольным органом предприняты все возможные в рамках полномочий попытки уведомления ИП Долговой о месте и дате рассмотрения дела, при этом, ИП Долгова от получения корреспонденции уклоняется.

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

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

В Алтайское краевое УФАС России поступило заявление ФГБНУ «Научно-исследовательский институт садоводства Сибири имени М.А. Лисавенко» (вхд. №165382 от 16.05.2016г.) о размещении в выпуске газеты «Читай Город» №18 (485) от 04.05.2016г. на стр.9 рекламной информации следующего содержания: «Внимание садоводам! Институт садоводства Сибири предлагает саженцы элитных зимостойкий сортов. Яблони круплоплодные: «Спартан», «Антоновка», «Ароматное», «Сетовское», плоды крупные, хранятся до весны, крона пирамидальная, очень урожайные и перспективные для маленьких участков, т.к. занимают место в 2 кв.м. Но самое привлекательное в сортах этой селекции – это зимостойкость, выдерживают до -50С. Также представляем вашему вниманию особо зимостойкие сорта яблонь-полукультурок: «Сурхурай», «Сувенир», «Мечта», «Экранное», «Заветное», «Триумф». Груши: «Декабринка», «Сварог», «Сказочная». Смородина: «Сеянец голубики», «Пигмей», «Селеченская», «Экстрим», эти сорта отличаются устойчивостью к болезням и вредителям, крупноплодностью и неповторимым вкусом и ароматом. Вишня: «Американка» (сибирская черешня), «Богатырка», «Вузовская», «Желанная». Малина кустовая: «Гордость России», «Атлант», крупная, урожайная, «Маросейка». Малина крупноплодная: «Столичная», «Валдай», «Вольница», «Пересвет». Жимолость: элитные, крупноплодные, отлично переопыляющиеся – «Длинноплодная», «Успех», «Роксана», «Сельгинка». А также в широком ассортименте декоративные культуры. Ждем вас с 9.00 до 18.00, Павловский тр., 138-б, (рядом с кафе «Дубай») (бывший рынок «Урожайный»), торговля с автомобиля, <...>».

Заявитель указывает, что имеет в своем наименовании слова «Институт садоводства Сибири». Рекламодателем данного материала не является, реализовывает свою сертифицированную растениеводческую продукцию в ином месте. В адрес ФГБНУ «НИИСС» поступают жалобы от покупателей в связи с некачественным посадочным материалом, приобретенным по указанному в рекламе адресу, что наносит вред деловой репутации Института.

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 «Читай город» пояснила, что заказ на размещение рекламы поступил от заказчика Д<...>. Исходный макет был предоставлен рекламодателем с требованием изменить рекламный блок (изначально указан г.Красноярск), иных изменений в макет не вносилось. Макет был согласован по электронной почте: <...>@mail.ru и по телефону <...>.

На запрос антимонопольного органа Д<...> пояснила, что сорта предлагаемые садоводам Барнаула, выращиваются в плодопитомнике г.Калачинск Омская область, на что имеются документальные подтверждения фактурами и сертификатами, посадочный материал и сорта соответствуют. Формулировка: Институт Садоводства Сибири – это подтверждение происхождения посадочного материала, что собраны сорта именно сибирской селекции.

ЗАО «Плодопитомник Лисавенко» (646904, Омская область, г.Калачинск, ул.Лисавенко, 1) на запрос антимонопольного органа пояснило, что занимается выращиванием посадочного материала плодово-ягодных и декоративных культур уральской, алтайской, омской селекции. Маточки, питомники проходят необходимую апробацию на саженцы, которые находятся в Госреестре. В рекламном материале указаны сорта культур, которых нет в производстве ЗАО «Плодопитомник Лисавенко» - яблоня: «Сетовское»; груши: «Декабринка», «Сказочная»; вишни: «Американка»; малина: «Столичная», «Атлант», «Гордость России»; жимолость: «Сельгинка».

Из представленных ЗАО «Плодопитомник Лисавенко» документов следует, что между ЗАО «Плодопитомник Лисавенко» и ИП Долговой заключены договоры купли-продажи посадочного материала от 15.04.2015г. и от 13.04.2016г.

Согласно информации ПАО «Мобильные ТелеСистемы» номер <...>, указанный в рекламе, выделен в пользование гр. Д<...> на основании договора на оказании услуг связи.

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 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».

Согласно выписки из ЕГРЮЛ, основным видом деятельности ФГБНУ «НИИСС» является – цветоводство (код – 01.19.2); дополнительными: выращивание семян плодовых и ягодных культур (код - 01.25.2), торговля оптовая свежими фруктами и орехами (код - 46.31.13) и другие.

В соответствии с выпиской из ЕГРИП, основной вид экономической деятельности ИП Долговой, согласно ОКВЭД является – розничная торговля цветами и другими растениями, семенами и удобрениями (код-52.48.32), дополнительным: розничная торговля в палатках и на рынках (код-52.62).

Таким образом, ИП Долгова и ФГБНУ «НИИСС», являются конкурентами – хозяйствующими субъектами, осуществляющими предпринимательскую деятельность на одном и том же товарном рынке.

В рекламе ИП Долговой «...Институт садоводства Сибири предлагает саженцы элитных зимостойких сортов...» используется часть наименования ФГБНУ «НИИСС».

ФГБНУ «Научно-исследовательский институт садоводства Сибири имени М.А. Лисавенко» договор с ИП Долговой на реализацию рекламируемой продукции не заключало, разрешение на использование в рекламе наименования Института садоводства Сибири ИП Долговой не давало. Таким образом, ИП Долгова 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.

Таким образом установлено, что рассматриваемая реклама размещена с нарушением 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 рекламодаделец – ИП Долгова.

Согласно части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе», антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламодателям, 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 ООО ИД «Алтапресс», являющееся рекламодателем 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, «...Внимание садоводам! Институт садоводства Сибири предлагает саженцы элитных зимостойких сортов...торговля с автомобиля, <...>размещенную в газете «Читай Город» (№18 от 04.05.2016г.), ненадлежащей.
2. Признать ИП Долгову нарушившей требования п.4 ч.2 ст.5, п.20 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе».
3. Выдать ИП Долговой предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
4. Выдать ООО ИД «Алтапресс» 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 №100

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

09 августа 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 11 августа 2016г. по делу №74-ФАС22-Р/06-16 о признании ненадлежащей рекламы, размещенной в газете «Читай Город» (№18 от 04.05.2016г. стр.9), 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. ИП Долговой 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. ИП Долговой представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 02 сентября 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 №101

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

09 августа 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 11 августа 2016г. по делу №74-ФАС22-Р/06-16 о признании ненадлежащей рекламы, размещенной в газете «Читай Город» (№18 от 04.05.2016г. стр.9), 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. ООО ИД «Алтапресс» 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. ООО ИД «Алтапресс» представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 02 сентября 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.

<...>