

ООО «М.видео Менеджмент»
ул. Нижняя Красносельская, 40/12,
корп.20,
г. Москва, 105066

гр. <...>

ООО «СПАРТА»

127015, г. Москва,
ул. Б. Новодмитровская, 23, стр. 3

РЕШЕНИЕ

г. Ростов-на-Дону

Резолютивная часть решения оглашена: «02» ноября 2015 года

В полном объеме решение изготовлено: «16» ноября 2015 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Ростовской области (далее – Комиссия) по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

Председатель комиссии	Кожемяко Н.А. – заместитель руководителя управления – начальник отдела изучения и контроля товарных рынков;
Члены комиссии	Исмаилов М.И. – заместитель начальника отдела изучения и контроля товарных рынков; Корнева Е.Д. – специалист-эксперт отдела изучения и контроля товарных рынков,

рассмотрев дело №575/05 по признакам нарушения ООО «М.видео Менеджмент» (105066, г. Москва, ул. Нижняя Красносельская, 40/12, корп.20; ИНН 7707548740; КПП 770101001) части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон №135-ФЗ), в отсутствие гр. гр. <...> и/или законного представителя заявителя, в отсутствие представителей ООО «М.видео Менеджмент» и ООО «Спарта»,

УСТАНОВИЛА:

Дело №575/05 возбуждено Управлением по результатам рассмотрения заявления гражданки гр. <...>.

Как следует из заявления и представленных в ходе рассмотрения дела письменных пояснений лиц, участвующих в деле о нарушении антимонопольного законодательства, ООО «М.видео Менеджмент» с 15.10.2014 по 31.01.2015 проводило акцию «Меняем «Ветер» на «Бонус» (далее по тексту – Акция). В ходе проведения Акции во всех магазинах сети «М.Видео» осуществлялась выдача бонусных карт «М.Видео-Бонус» с начислением на них 1000 бонусных рублей при предъявлении в сервисной зоне любого магазина торговой сети «М.Видео» бонусной карты сети «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» - «Люди ветра. Простое будущее».

Информация об Акции и условиях ее проведения была размещена на Интернет-сайте торговой сети «М.Видео» – <http://www.mvideo.ru/veter-mbonus>. Также на сайте размещены Правила Акции (утверждены приказом №01-232/562 от 10.10.2014), в которых содержатся словесные обозначения, схожие до степени смешения с товарными знаками, исключительные права на которые принадлежат ООО «КОНЦЕРН БЕЛЫЙ ВЕТЕР».

Кроме того, во время проведения Акции в поисковой системе «Яндекс» было размещено объявление, содержащее информацию о введении в отношении ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» процедуры банкротства. Между тем, на момент размещения объявления ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» не находилось в процедуре банкротства.

Заявитель считает, что действия ООО «М.Видео Менеджмент», выразившиеся в проведении Акции и размещении рекламы, содержащей недостоверные сведения, направлены на целенаправленное переманивание потребителей, являющихся клиентами торговой сети «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ», являются недобросовестными способом конкуренции.

Заявитель также указывает, что в самом названии Акции содержится некорректное сравнение услуг, предоставляемых ООО «М.видео Менеджмент», и услуг, оказываемых ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ», что само по себе является актом недобросовестной конкуренции. Данное сравнение может создать у потребителя необоснованное и ничем не подтвержденное впечатление о невыгодности приобретения товаров, реализуемых ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ», что также направлено на перераспределение спроса от услуг, оказываемых ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ», к аналогичным услугам, предлагаемым к оказанию ООО «М.видео Менеджмент».

Упомянутые действия, подлежащие оценке в совокупности, не могут считаться соответствующим честным обычаям в торговых делах и нарушают запрет на недобросовестную конкуренцию, установленный частью 1 статьи 14 Закона №135-ФЗ.

При рассмотрении дела представитель ООО «М.видео Менеджмент» пояснил, что с доводами, изложенными в заявлении не согласен, действия ООО «М.видео

Менеджмент» по проведению Акции не являются актом недобросовестной конкуренции. Также ООО «М.видео Менеджмент» считает, что:

- предоставление скидок своим клиентам по дисконтным картам компаний-конкурентов, является стандартной маркетинговой практикой, в следствие чего проведение Акции не противоречит обычаям торгового оборота;
- отсутствие изъятия дисконтных карт «Люди ветра. Простое будущее» в ходе проведения Акции не препятствует ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» обслуживанию своих клиентов;
- довод о распространении ООО «М.видео Менеджмент» недостоверной информации о банкротстве ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» не соответствует действительности, поскольку ООО «М.видео Менеджмент» не заключало договоры на продвижение объявления следующего содержания: «Белый ветер банкрот, есть М.Видео!».

Изучив материалы дела, выслушав представителей сторон, Комиссия пришла к выводу, что действия ООО «М.видео Менеджмент» по проведению Акции, по размещению во время Акции недостоверных сведений о банкротстве ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» и по некорректному сравнению услуг ООО «М.видео Менеджмент» и ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» – каждое в отдельности представляют собой акт недобросовестной конкуренции и направлены на злоупотребление правом, что нарушает установленный частью 1 статьи 14 Закона №135-ФЗ запрет.

1. ООО «М. Видео Менеджмент» и ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» осуществляют предпринимательскую деятельность на одном товарном рынке по розничной торговле цифровой техникой.

В силу пункта 7 статьи 4 Закона №135-ФЗ под конкуренцией понимается 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.

Таким образом, ООО «М.видео Менеджмент» и ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» являются конкурентами, осуществляя деятельность на одном товарном рынке розничной торговли цифровой техникой.

2. В ходе производства по настоящему делу установлено, что ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» осуществляет торговую деятельность с использованием товарных знаков «БЕЛЫЙ ВЕТЕР ЦИФРОВОЙ», «ЛЮДИ ВЕТРА», «ПРОСТОЕ БУДУЩЕЕ» по свидетельствам №501366, №505944 и № 501948 соответственно. Указанные товарные знаки используются ООО «Белый ветер Цифровой» на основании согласия правообладателя и под его контролем.

Правообладателем данных товарных знаков, является ООО «КОНЦЕРН БЕЛЫЙ ВЕТЕР», владеющее большинством долей в уставном капитале ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» (99,94%), что подтверждается данными из публичного единого государственного реестра юридических лиц.

Согласно пункту 3 ответа на вопрос 2 Справки по использованию товарного знака под контролем правообладателя (пункт 2 статьи 1486 Гражданского кодекса Российской Федерации) (утв. Постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 07.08.2015 №СП-23/21) наличие между правообладателем и другим лицом, использующим товарный знак, корпоративных отношений, в частности, наличие преобладающего участия правообладателя в уставном капитале другого лица, предполагает использование товарного знака этим лицом под контролем правообладателя. Данное обстоятельство предоставляет возможность предполагать наличие воли правообладателя на использование товарного знака другим лицом.

Существование возможности корпоративного контроля предполагает наличие контроля за осуществлением хозяйственной деятельности, в том числе и за использованием товарного знака. При этом для возникновения отношений по использованию товарного знака не требуется специальных актов внутри холдинга, оформляющих согласие правообладателя на использование товарного знака другим лицом.

Таким образом, товарные знаки «БЕЛЫЙ ВЕТЕР ЦИФРОВОЙ», «ЛЮДИ ВЕТРА», «ПРОСТОЕ БУДУЩЕЕ» являются введенным в гражданский оборот словесными обозначениями, в полной мере ассоциируемым у потребителей с деятельностью фирменных магазинов ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» при розничной торговле цифровой техникой.

В то же время, ООО «М.видео Менеджмент» также осуществляет деятельность по розничной торговле цифровой техникой, однако для индивидуализации своих услуг использует иные товарные знаки. Так, при осуществлении торговой деятельности ООО «М.видео Менеджмент» использует товарный знак №411340 «М.Видео-Бонус» на основании лицензионного договора, зарегистрированного 21.09.2010 за №РД007013, заключенного с правообладателем ОАО «Компания М.Видео».

Можно сделать вывод, что товарный знак «М.Видео-Бонус» индивидуализирует услуги ООО «М.Видео – Менеджмент» по осуществлению розничной торговли цифровой техникой с использованием данного наименования и средства индивидуализации.

Таким образом, установлено, что каждый из упомянутых хозяйствующих субъектов осуществляет торговую деятельность на рынке розничной торговли цифровой техникой. При этом, действуя добросовестно, учитывая требования статьи 1484 ГК РФ, каждый из хозяйствующих субъектов при осуществлении своей торговой деятельности вправе использовать лишь те товарные знаки, правом на использование которых он обладает.

3. Частью 1 статьи 14 Закона №135-ФЗ установлен общий запрет на недобросовестную конкуренцию.

Согласно пункту 16.1 постановления Пленума ВАС РФ от 17 февраля 2011 №11 «О некоторых вопросах применения Особенной части Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» в статье 14 Закона №135-ФЗ приведен открытый перечень действий, являющихся недобросовестной конкуренцией.

При анализе вопроса о том, является ли конкретное совершенное лицом действие актом недобросовестной конкуренции, подлежат учету не только формы недобросовестной конкуренции, перечисленные в части 1 статьи 14 Закона №135-ФЗ, но и положения статьи 10bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности, в силу которых актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах.

4. Исходя из пункта 2 статьи 1484 ГК РФ, ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» обладает правом использования товарных знаков «БЕЛЫЙ ВЕТЕР ЦИФРОВОЙ», «ЛЮДИ ВЕТРА», «ПРОСТОЕ БУДУЩЕЕ» в качестве средств индивидуализации любым не противоречащим закону способом, в том числе путем их указания в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках.

Сущность исключительного права заключается в монопольном праве его владельца, пользоваться соответствующим объектом и корреспондирующей обязанности всех остальных лиц воздерживаться от его несанкционированного использования.

Таким образом, использование в рекламе собственной продукции словесных обозначений, схожих до степени смешения с товарными знаками, используемых хозяйствующим субъектом-конкурентом для индивидуализации производимых и реализуемых им товаров, не может расцениваться как поведение, соответствующее честным обычаям в торговых делах и нарушает запрет на недобросовестную конкуренцию, установленный части 1 статьи 14 Закона №135-ФЗ.

4.1. В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального закона от 13 марта 2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон №38-ФЗ) 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, информирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно п. 2 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющих своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

В ходе производства по настоящему делу было установлено, что проведение ООО «М.видео Менеджмент» Акции, является рекламой, ввиду того, что данное мероприятие направлено на привлечение внимания потребителей к объекту рекламирования.

4.2. В соответствии с п. 2 ст. 3 Закона №38-ФЗ объектом информирования является 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.

Согласно условиям Акции, размещенным в сети Интернет и доступных для неопределенного круга лиц, ООО «М.видео Менеджмент» осуществляло бесплатное предоставление дисконтных карт «М.Видео-Бонус» с одновременным начислением на них определенной суммы бонусных рублей при предъявлении бонусной карты «Люди ветра. Простое будущее».

Дисконтная карта является средством стимулирования последующего посещения потребителем магазинов, в которых действует данная дисконтная карта. По своей сути, дисконтная карта позволяет покупателю получить определенную скидку от стоимости товара или покупки (уменьшение стоимости товара или услуги).

В то же время, для получения или увеличения размера скидки потребителю необходимо совершить определенные действия, чаще всего выражающиеся в приобретении товара на определенную сумму. Желая добиться большего уменьшения цены, потребителю необходимо приобрести товаров на большую сумму именно в магазинах торговой сети, выпустившей дисконтную карту и предоставляющей по ней скидку.

Исходя из приведенных норм, размещение информации о факте проведении Акции и условиях ее проведения направлено на привлечения внимания к товарам ООО «М.Видео – Менеджмент» - дисконтным картам «М.Видео-Бонус».

Дисконтная карта «М.Видео-Бонус» является способом достижения ООО «М.видео Менеджмент» результата своего основного вида предпринимательской деятельности. Распространение дисконтных карт, в свою очередь, стимулирует покупателей к приобретению иной продукции, распространяемой ООО «М.Видео – Менеджмент».

Соответственно, объектом рекламирования являлись товары, реализуемые ООО «М.видео Менеджмент».

4.3. В соответствии с материалами дела №575/05, с 15.10.2014 в сети магазинов «М.видео» действовала акция по начислению 1000 бонусных рублей на бонусную карту Программы лояльности «М.Видео-Бонус» при предъявлении бонусной карты сети «Белый ветер ЦИФРОВОЙ».

Информация об обмене доводилась до потребителей путём её размещения на официальном сайте <http://www.mvideo.ru>, что подтверждается Протоколом осмотра интернет-сайта ООО «М.видео Менеджмент» от 27.03.2015.

Из ответа ООО «М.видео Менеджмент» (вх. №12597 от 05.08.2015) следует, что размещение информации о правилах проведения Акции «Меняем «Ветер» на «Бонус» на сайте www.mvideo.ru осуществлялось штатными сотрудниками ООО «М.видео Менеджмент» на основании утверждённого Приказа ООО «М.видео Менеджмент» от 10.10.2014 №01-232/562 «О проведении акции «Меняем «Ветер» на «Бонус», представленного обществом в материалы дела.

Для участия в акции торговой сети «М. Видео» потребителю предлагается предоставить карту «Люди Ветра. Простое будущее», после регистрации данных которой на счет участника Программы лояльности «М.Видео-Бонус» начисляется

1000 бонусных рублей. В случае, если у участника акции нет карты «М.Видео-Бонус» сотрудник сервисной зоны выдает карту.

По информации ООО «М.видео Менеджмент» (письмо вх. №6930 от 07.05.2015), за период проведения Акции «Меняем «Ветер» на «Бонус» в ней зарегистрировано 524 участника.

Условия акции, размещённые на сайте «М.видео» и доступные при переходе по ссылке – <http://www.mvideo.ru/veter-mbonus>, содержат словесные обозначения, схожие до степени смешения с товарными знаками, исключительные права на которые принадлежат ООО «КОНЦЕРН БЕЛЫЙ ВЕТЕР» и используемые ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» с согласия правообладателя: «БЕЛЫЙ ВЕТЕР ЦИФРОВОЙ», «ЛЮДИ ВЕТРА», «ПРОСТОЕ БУДУЩЕЕ».

Согласно данным открытого источника (<http://www.findtm.ru>), на момент рассмотрения антимонопольного дела ООО «КОНЦЕРН БЕЛЫЙ ВЕТЕР ЦИФРОВОЙ» обладало исключительными правами на следующие товарные знаки: «БЕЛЫЙ ВЕТЕР ЦИФРОВОЙ», «ЛЮДИ ВЕТРА», «ПРОСТОЕ БУДУЩЕЕ».

Изображения товарных знаков «БЕЛЫЙ ВЕТЕР ЦИФРОВОЙ», «ЛЮДИ ВЕТРА» И «ПРОСТОЕ БУДУЩЕЕ»	

При проведении Акции ООО «М.видео Менеджмент» использовало следующие словесные обозначения: «Белый ветер Цифровой», «Люди Ветра. Простое будущее».

Словесные обозначения, используемые ООО «М.Видео – Менеджмент» при проведении Акции.

Словесные обозначения, используемые в ходе проведения Акции, обладают смысловым и семантическим сходством с товарными знаками, используемыми ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» при осуществлении своей торговой деятельности, и ассоциируются с ними в целом. Данный факт свидетельствует о том, что ООО «М.видео Менеджмент» при проведении Акции использует все три товарных знака, исключительным правом использования которых с согласия правообладателя владеет ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ».

Из материалов антимонопольного дела не следует наличие лицензионного либо любого иного договора на использование товарных знаков «БЕЛЫЙ ВЕТЕР ЦИФРОВОЙ», «ЛЮДИ ВЕТРА», «ПРОСТОЕ БУДУЩЕЕ». ООО «М.видео Менеджмент»

прямо отрицает наличие каких-либо соглашений с правообладателем товарных знаков (письмо вх. №6832 от 05.05.2015).

В приложении №1 к правилам проведения Акции к приказу №01-232/562 от 10.10.2014 «О проведении акции «Меняем «Ветер» на «Бонус», содержится не только словесное обозначение товарных знаков «Белый ветер ЦИФРОВОЙ» и «Простое будущее», но и графическое изображение данных товарных знаков.

В соответствии с пунктом 41 Правил составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, Требований к документам, содержащимся в заявке на государственную регистрацию товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака, и прилагаемым к ней документам и их форм, Порядка преобразования заявки на государственную регистрацию коллективного знака в заявку на государственную регистрацию товарного знака, знака обслуживания и наоборот, Перечня сведений, указываемых в форме свидетельства на товарный знак (знак обслуживания), форме свидетельства на коллективный знак, формы свидетельства на товарный знак (знак обслуживания), формы свидетельства на коллективный знак, утвержденных приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 №482 обозначение считается тождественным с другим обозначением (товарным знаком), если оно совпадает с ним во всех элементах. Обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Таким образом, Комиссией Ростовского УФАС России установлен факт использования ООО «М.видео Менеджмент» товарных знаков «Белый ветер ЦИФРОВОЙ», «Люди Ветра», «Простое будущее» путём размещения на официальном сайте <http://www.mvideo.ru> товарного знака в информации о проведении Акции «Меняем «Ветер» на «Бонус», а равно безусловного ассоциирования такой информации с деятельностью сети «Белый ветер ЦИФРОВОЙ».

Между тем, проведение Акции направлено на привлечения внимания к товарам ООО «М.видео Менеджмент» – дисконтным картам «М.Видео-Бонус», посредством распространения которых стимулируется спрос на иную продукцию, реализуемую в сети «М.Видео».

Из приведенных обстоятельств следует, что ООО «М. Видео Менеджмент», упоминая в рекламе «М.Видео-Бонус», словесные обозначения, схожие до степени смешения с товарными знаками «БЕЛЫЙ ВЕТЕР ЦИФРОВОЙ», «ЛЮДИ ВЕТРА» и «ПРОСТОЕ БУДУЩЕЕ», продвигает и формирует у покупателей интерес исключительно к собственной продукции, а не продукции, реализуемой правообладателем используемых товарных знаков. В данном случае использование чужих товарных знаков в рекламе собственной продукции направлено на увеличение объема продажи только собственных товаров и на снижение интереса к продукции конкурента.

Использование товарных знаков хозяйствующего субъекта-конкурента для привлечения внимания к собственной продукции, при отсутствии разрешения правообладателя, не может признаваться соответствующим требованиям добросовестности, разумности и справедливости, так как приводит к

перераспределению спроса и создает у ООО «М.видео Менеджмент» преимущества в предпринимательской деятельности с помощью неправомερных методов и средств, и является актом недобросовестной конкуренции.

4.4. Действие признается актом недобросовестной конкуренции в случае, если данное действие противоречит законодательству либо обычаям делового оборота, либо требованиям добропорядочности, разумности и справедливости.

Доводы ООО «М.видео Менеджмент» о правомерности проведения Акции ввиду распространенности похожих рекламных акций в коммерческой деятельности иных хозяйствующих субъектов не имеет правового значения в силу того, что распространение в деловом обороте неправомερных действий при наличии запрета на осуществление действий, не соответствующих требованиям добропорядочности, разумности и справедливости, не может служить причиной для их легализации.

Кроме того, акции, по своим условиям схожие с Акцией, послужившей предметом проверки Комиссии, уже неоднократно признавались актами недобросовестной конкуренции. Так, Арбитражный суд города Москвы признал правильным вывод УФАС по городу Москва о наличии недобросовестной конкуренции в действиях ООО «Столичная Торговая Компания», выразившихся в проведении рекламной кампании по реализации дисконтных карт ООО «Столичная Компания» с использованием словесного обозначения «Азбука Вкуса» в отсутствие соглашения с правообладателем (дело №А40-90236/13).

Также 26.03.2015 УФАС по Московской области признал несоответствующими требованиям добропорядочности, разумности и справедливости действия ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК», выразившиеся в проведении рекламной акции на условиях, схожих с условиями проведения Акции, послужившей предметом проверки по настоящему делу.

Таким образом, нет оснований считать, что условий Акции соответствуют обычаям делового оборота и не противоречат требованиям добропорядочности, разумности и справедливости.

4.5. Использование ООО «М.видео Менеджмент» при проведении акции «Меняем «Ветер» на «Бонус» средств индивидуализации конкурента направлено на увеличение собственного объема продаж и одновременное снижение продажи товаров конкурента.

В соответствии с пунктом 9 статьи 4 Закона №135-ФЗ, недобросовестной конкуренцией являются 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 свою очередь, часть 1 статьи 14 Закона №135-ФЗ устанавливает общий запрет на недобросовестную конкуренцию.

Согласно пункту 16.1 постановления Пленума ВАС РФ от 17 февраля 2011 года №11 «О некоторых вопросах применения Особенной части Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях», в статье 14 №135-ФЗ приведён открытый перечень действий, являющихся недобросовестной конкуренцией.

При этом при анализе вопроса о том, является ли конкретное совершенное лицом действие актом недобросовестной конкуренции, подлежат учёту не только указанные законоположения, но и положения статьи 10bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности, в силу которых актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах.

В рамках рассмотрения дела установлено, что зачисление бонусных баллов за сам факт предъявления карты программы «Люди ветра. Простое будущее» (а не за факт совершения покупок, как в иных случаях), свидетельствует о предоставлении изначально лучших условий потребителю, владеющему указанной картой, в сравнении с иными потребителями торговой сети «М.видео».

По своей сути, карта программы «Люди ветра. Простое будущее» позволяет получить покупателю определенный бонус (скидку) от стоимости товара или покупки. Карта программы «Люди ветра. Простое будущее» торговой сети «Белый ветер Цифровой» является способом достижения ею результата своего основного вида предпринимательской деятельности, предоставление бонусов (скидок) при совершении покупок в дальнейшем направлено на стимулирование последующего посещения покупателем магазинов торговой сети «Белый ветер ЦИФРОВОЙ» с целью приобретения товаров.

Между тем, факт предложения хозяйствующим субъектом-конкурентом покупателям торговой сети «Белый ветер ЦИФРОВОЙ» начисления 1000 бонусных рублей на бонусную карту Программы лояльности «М.Видео-Бонус» при предъявлении бонусной карты сети «Белый ветер ЦИФРОВОЙ», а при отсутствии у потребителей карты Программы лояльности «М.Видео-Бонус» её выдача, фактически является предложением таким покупателям осуществлять дальнейшее посещение сети «М.видео» вместо «Белый ветер ЦИФРОВОЙ», а равно привлечением потребителей к товарам (услугам) ООО «М.видео Менеджмент».

Рассматриваемое использование средств индивидуализации торговой сети «Белый ветер ЦИФРОВОЙ» и предложение по начислению 1000 бонусных рублей на бонусную карту Программы лояльности «М.Видео-Бонус» при предъявлении бонусной карты сети «Белый ветер ЦИФРОВОЙ», а при отсутствии у потребителей карты Программы лояльности «М.Видео-Бонус» выдача данной карты, безусловно направлено на увеличение объема продажи собственных товаров, а равно, снижение продажи товаров ООО «Белый ветер ЦИФРОВОЙ».

Способность нанесения рассматриваемыми действиями ООО «М.видео Менеджмент» убытков ООО «Белый ветер ЦИФРОВОЙ» выражается в привлечении потребителей ООО «Белый ветер ЦИФРОВОЙ» к товарам (услугам) ООО «М.видео Менеджмент», фактическом прекращении использования такими потребителями услуг ООО «Белый ветер ЦИФРОВОЙ» в пользу услуг ООО «М.видео Менеджмент».

При рассмотрении настоящего дела №575/05 учтено, что согласно протоколу №4 от

29.06.2010 Экспертного совета по применению антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции (консультативно-совещательный орган ФАС России), действия хозяйствующего субъекта, выраженные в предоставлении потребителям при приобретении ими товаров или услуг данного хозяйствующего субъекта дисконтной карты в обмен на дисконтную карту хозяйствующего субъекта-конкурента, противоречит принципам добропорядочности, разумности и справедливости.

Комиссия относится критически к доводу ООО «М.видео Менеджмент» о том, что при отсутствии изъятия карт «Белый ветер ЦИФРОВОЙ» (как в рамках проведенной Акции) действия ООО «М.видео Менеджмент» не могут быть квалифицированы как недобросовестная конкуренция.

Отсутствие изъятия карт «Белый ветер ЦИФРОВОЙ» при проведении Акции «Меняем «Ветер» на «Бонус» означает лишь отсутствие нарушения вещных прав торговой «Белый ветер ЦИФРОВОЙ».

Кроме того, согласно пункту 1.3 Приказа ФАС РФ от 22.03.2006 №56 «О создании Экспертного совета по применению антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции при Федеральной антимонопольной службе» экспертный совет является консультативно-совещательным органом при Федеральной антимонопольной службе. Его решения имеют рекомендательный характер и представляются в Федеральную антимонопольную службу для принятия решений о соответствии действий хозяйствующих субъектов требованиям законодательства Российской Федерации, реализации государственной политики в области контроля соблюдения антимонопольного законодательства в части защиты от недобросовестной конкуренции и подготовки предложений по совершенствованию указанного законодательства.

Специфика получения дисконтных карт также не влияет на правильность выводов антимонопольного органа.

Таким образом, отсутствие изъятия ООО «М.видео Менеджмент» карт, выпускаемых ООО «Белый ветер ЦИФРОВОЙ» не влияет на квалификацию действий ООО «М.видео Менеджмент» как недобросовестной конкуренции.

Подлежит отклонению довод ООО «М.видео Менеджмент» об отсутствии направленности при проведении Акции на причинение ущерба конкуренту и на наличие убытков у ООО «Белый ветер ЦИФРОВОЙ» в виде недополученной прибыли.

В силу принципа презумпции направленности предпринимательской деятельности на получение прибыли, заявитель проводил Аксию «Меняем «Ветер» на «Бонус» и распространял информацию о ней в коммерческих интересах, а обратное противоречило бы его целям как коммерческой организации.

Таким образом, Комиссия Ростовского УФАС России пришла к выводу о том, что действия по проведению ООО «М.видео Менеджмент» Акции «Меняем «Ветер» на «Бонус», предлагающей начисление 1000 бонусных рублей на бонусную карту Программы лояльности «М.Видео-Бонус» при предъявлении бонусной карты сети «Белый ветер ЦИФРОВОЙ», а при отсутствии у потребителей карты Программы лояльности «М.Видео-Бонус» осуществить выдачу данной карты, нарушают часть 1 статьи 14 Закона №135-ФЗ.

Оценка рассматриваемых Комиссией Ростовского УФАС России действий торговой сети «М.видео» как нарушающих часть 1 статьи 14 Закона №135-ФЗ нашло отражение и в судебной практике (Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 05.05.2014 №09АП-11584/2014 по делу №А40-144182/13, Решение Арбитражного суда г. Москвы от 09.10.2013 по делу №А40-90236/13).

5. Комиссией установлено, что в период с 02.10.2014 по 28.11.2014 (период частично совпадает со временем проведения Акции) в поисковой системе «Яндекс» в системе «Яндекс.Директ» было размещено рекламное объявление в следующей редакции:

«Белый ветер банкрот, есть М.видео / mvideo.ru

Интернет магазин для дома, цифровой и бытовой техники. Низкие цены!» (далее – Реклама).

Ростовским УФАС России установлен факт размещения в сети Интернет указанной информации, что подтверждено письмом ООО «Яндекс» вх. №14132 от 02.09.2015.

5.1. В соответствии с частью 1 статьи 14 Закона №135-ФЗ актом недобросовестной конкуренции признается также распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации.

В ходе рассмотрения дела установлено, что на момент размещения объявления (02.10.2014) ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» не признано банкротом в порядке, установленным законодательством о банкротстве.

Так, согласно статье 53 Федерального закона от 26.10.2002 №127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» должник признается банкротом с момента принятия судом решения о признании должника банкротом и об открытии конкурсного производства.

Согласно Интернет-сервису «Картотека арбитражных дел» карточки дела №А40-173956/2014 (www.kad.arbitr.ru) даже заявления о банкротстве в отношении ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» подано уже после размещения объявления «Белый ветер банкрот, есть М.Видео!» - объявление было размещено 2 октября 2014 года, а заявление о банкротстве подано только 27 октября 2014 года. А решение о признании ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» банкротом не принято даже на момент рассмотрения антимонопольного дела.

Таким образом, установлено, что объявление «Белый ветер банкрот, есть М.Видео!», размещенное в поисковой системе «Яндекс», не соответствовало действительности.

5.2. Согласно информации, предоставленной ООО «Яндекс», в данном объявлении использовалась гиперссылка, адресовавшая пользователя на сайт www.mvideo.ru. Таким образом, учитывая содержание сообщения, а также наличие гиперссылки на сайт интернет-магазина «М.Видео», данное объявление соответствует определению понятия «реклама», установленного пунктом 1 статьи 3 Закона №38-ФЗ.

Пунктом 6 статьи 38 Закона №38-ФЗ установлено, что ответственность за

несоответствие содержания рекламы требованиям законодательства несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона №38-ФЗ, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Объектом рекламирования, в силу пункта 2 статьи 3 Закона №38-ФЗ, является 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.

5.2.1. В материалы антимонопольного дела представлены документы, связанные с размещением данного объявления, а именно: договор №01-3081/12-2012, заключенный между ООО «М.Видео – Менеджмент» и ООО «Карат Русс` Медиа»; договор на оказание услуг лидогенерации №СП-475 от 27.03.2014, заключенный между ООО «Спарта» и ООО «Ай Проспект»; договор комиссии №25724/14 от 01.03.2014, заключенный между ООО «Яндекс» и ООО «Спарта».

Размещение Рекламы осуществлено на основании Договора комиссии №25724/14 от 01.03.2014, заключенного между ООО «Яндекс» и ООО «СПАРТА».

Размещение рекламных материалов посредством сервиса «Яндекс.Директ» осуществлялось ООО «СПАРТА» в порядке и на условиях, предусмотренных документом «Оферта на оказание Услуг «Яндекс.Директ», доступного в сети Интернет по адресу http://legal.yandex.ru/oferta_direct. В соответствии с пунктом 3.3.1 данной оферты доступ к форме для создания рекламной компании рекламодателю (представителю рекламодателя) предоставляется через клиентский веб-интерфейс после авторизации в качестве зарегистрированного пользователя Сайта Яндекс.ру (то есть любого из информационных ресурсов Яндекса, размещённых в сети Интернет по адресам в домене yandex.ru) (в том числе через соответствующие прикладные программы (включая программы для мобильных устройств) путём ввода логина и пароля рекламодателя.

В период размещения Рекламы ООО «СПАРТА» в составе рекламного объявления использовало гиперссылку

ad.admitad.com/goto/c9f1ad68bc9e8d94b92d3a3184f61a/?subid=main_1

&subid=4=getdirect, адресовавшею пользователя на сайт в сети Интернет: www.mvideo.ru

Пунктом 2.6.3 Договора комиссии №25724/14 от 01.03.2014, заключенного между ООО «Яндекс» и ООО «СПАРТА» (Комиссионер), определено, что Комиссионер самостоятельно несёт ответственность за сохранность и конфиденциальность регистрационных данных (логина, пароля, платёжного пароля). В пункте 2.6.4 договора указано, что все действия, осуществляемые через веб-интерфейс в отношении заказа услуг по размещению рекламных материалов с использованием логина, пароля, платёжного пароля Комиссионера, считаются осуществлёнными Комиссионером. Комиссионер самостоятельно несёт ответственность перед Комитентом (ООО «Яндекс») и Клиентами за все действия, совершённые с

использованием логина, пароля и платёжного пароля Комиссионера

Согласно информации ООО «Яндекс» (вх. №17114 от 22.10.2015), общество представило ООО «СПАРТА» доступ к веб-интерфейсу. ООО «СПАРТА» при использовании веб-интерфейса указано название агентства (admitadGmbH), присвоен id 1621799, в качестве плательщика в отношении рекламных компаний, размещаемых ООО «СПАРТА», также указано ООО «СПАРТА».

Таким образом, размещение Рекламы осуществлено ООО «СПАРТА» 02.10.2014 под учётной записью представителя ООО «СПАРТА» (логин admitad-32nine). Плательщиком услуг по размещению указанной рекламной компании в адрес ООО «Яндекс» является ООО «Спарта».

Одновременно установлено, что размещение рекламы торговой сети «М.видео» в сети интернет производит ООО «Карат-Русс' Медиа» в рамках договора с ООО «М.видео Менеджмент» №01-3081/12-2012 от 24.12.2012.

По указанному договору и в соответствии с пунктом 1.1 договора Агент (ООО «Карат-Русс' Медиа») обязуется по поручению ООО «М.видео Менеджмент» за счёт ООО «М.видео Менеджмент» выполнить комплекс юридических и фактических действий по организации размещения рекламных компаний ООО «М.видео Менеджмент» в СМИ. Для исполнения обязательств, предусмотренных пунктом 1.1 Договора Агент (ООО «Карат-Русс' Медиа»), в соответствии с условиями Договора осуществляет разработку стратегии рекламной кампании, медиа-планирование, закупку рекламного времени и места, в том числе заключение Договоров с третьими лицами на организацию размещения рекламных материалов Принципала (ООО «М.видео Менеджмент») в интернете.

Третьим лицом, с которым у ООО «Карат-Русс' Медиа» заключен договор оказания услуг №IP-04/08-02/13 от 08.02.2013 является в том числе ООО «АйПроспект». Предметом данного договора является в том числе оказание услуг по размещению рекламных материалов ООО «Карат-Русс' Медиа» и/или Клиентов ООО «Карат-Русс' Медиа» в сети Интернет.

Пунктом 2.4 договора оказания услуг между ООО «Карат-Русс' Медиа» и ООО «Ай Проспект» определено, что Агентство (ООО «Ай Проспект») вправе привлекать для оказания услуг по настоящему Договору третьих лиц, в том числе рекламодателей и рекламопроизводителей, оставаясь при этом ответственным перед Заказчиком (ООО «Карат-Русс' Медиа») за действия таких третьих лиц, связанных с исполнением Договора.

В ответе ООО «СПАРТА» (вх. №15481 от 23.09.2015) содержатся сведения, согласно которым в настоящий момент услуги по продвижению интернет-магазина <http://www.mvideo.ru> осуществляются через ООО «Ай Проспект» по договору оказания услуг лидогенерации №СП-475 от 27.03.2014. ООО «СПАРТА» на основании предоставляемых ООО «Ай Проспект» заявок обязуется оказать последнему услуги по размещению рекламно-информационных модулей в сети Интернет на веб-сайтах по своему усмотрению.

Согласно пунктам 4-5 ответа ООО «Ай Проспект» на запрос Ростовского УФАС России от 01.10.2015 №17642/05 в процессе взаимодействия ООО «Ай Проспект» заказывает у ООО «СПАРТА» размещение рекламы, формат и текст которой

определяется ООО «СПАРТА» самостоятельно, на Интернет-сайтах, список которых утверждается обеими Сторонами. Аналогично, в процессе взаимодействия ООО «Карат-Русс` Медиа» заказывает у ООО «Ай Проспект» размещение рекламы, формат и текст которой определяется привлечёнными ООО «Ай Проспект» третьими лицами, в частности ООО «СПАРТА», самостоятельно.

Одновременно, Комиссией установлено, что ООО «Карат-Русс` Медиа» и ООО «Ай Проспект» являются аффилированными лицами, а также входят в одну группу лиц в соответствии со статьёй 9 Закона №135-ФЗ, что указывает на осуществление ими деятельности в интересах друг друга.

По информации ООО «Карат-Русс` Медиа» (письмо вх. №17702 от 02.11.2015), в период с 01.04.2014 по 01.04.2015 Общество неоднократно обращалось к ООО «АйПроспект» с целью размещения в сети Интернет рекламной информации ООО «М.видео Менеджмент».

Проанализировав предметы данных договоров, их участников и последовательность их заключения Комиссия пришла к выводу, что данные договоры заключены в рамках реализации рекламной кампании ООО «М.видео Менеджмент» и с единой целью – привлечь внимание к услугам, оказываемых ООО «М.видео Менеджмент».

5.2.2. Учитывая, что все заключенные договоры направлены на реализацию рекламной кампании ООО «М.видео Менеджмент», а также исходя из того, что непосредственно разместившая Рекламу ООО «СПАРТА» не является ни изготовителем, ни продавцом рекламируемого товара, не связано с объектом рекламирования, не заинтересовано ни в его продвижении, ни в привлечении к нему внимания, ни в поддержании к нему интереса, Комиссия пришла к выводу, что размещение указанной информации осуществлено в интересах ООО «М.видео Менеджмент» (аналогичная позиция изложена в судебном акте Арбитражного суда Удмуртской Республики от 10.09.2010 по делу №А71-8837/2010).

Согласно письму, предоставленному ООО «Яндекс» в материалы настоящего дела (вх. №9333 от 15.06.2015), ознакомление с информацией (доступ к ней) осуществляется пользователями непосредственно на сайтах-источниках информации. Исходя из того, что в поисковой выдаче содержалась ссылка на сайт торговой сети «М.видео» (www.mvideo.ru), следует, что информация размещена владельцем/администратором сайта и/или по его распоряжению.

Таким образом, ООО «М.видео Менеджмент», являясь рекламодателем рекламы «Белый ветер банкрот, есть М.Видео!» несет ответственность за соответствие содержание рекламы требованиям законодательства.

В ходе рассмотрения антимонопольного дела также установлено, что согласно пункту 5.5 договора №01-3081/12-2012, заключенного между ООО «М.Видео – Менеджмент» и ООО «Карат Русс` Медиа», ООО «М.видео Менеджмент» несет ответственность за содержание рекламы.

В связи с этим довод ООО «М.видео Менеджмент» об отсутствии соглашений с ООО «Ай Проспект» на продвижение конкретной фразы «Белый ветер банкрот, есть М.Видео!» не влияет на перераспределение ответственности от рекламодателя к

другим субъектам отношений, связанных с распространением рекламы. Данный вывод подтверждается наличием установленного в законе императивного указания на лицо, ответственное за содержание рекламы, и установленного в договоре распределения ответственности.

Между тем, ООО «М.видео Менеджмент» при наличии обязанности по осуществлению контроля за содержанием размещаемой рекламы и в отсутствии обстоятельств, объективно препятствующих реализации данной обязанности, допустило размещение рекламы, содержащей недостоверные сведения, способные причинить убытки конкуренту.

Доказательств принятия мер для надлежащего исполнения его контрагентами условий договора ООО «М.видео Менеджмент» в материалы антимонопольного дела не представлено. Также не представлено доказательств невозможности осуществления заявителем контроля за надлежащим исполнением контрагентов условий договора.

При этом, действия ООО «М.видео Менеджмент» по распространению недостоверной информации о банкротстве ООО «Белый ветер ЦИФРОВОЙ» направлены на демонстрацию потребителям того, что деньги, вложенные в бонусы (скидки) путём использования карт ООО «Белый ветер ЦИФРОВОЙ», не предоставят им преимуществ в будущем. Тем самым потребители мотивируются на прекращение посещения магазинов ООО «Белый ветер ЦИФРОВОЙ» и приобщение к посещению магазинов торговой сети «М.видео».

Комиссия приходит к выводу о том, что распространение недостоверных сведений о банкротстве хозяйствующего субъекта-конкурента не соответствует требованиям добросовестности, разумности и справедливости и нарушает запрет недобросовестной конкуренции, установленный частью 1 статьи 14 Закона №135-ФЗ.

6. В письменных пояснениях ООО «М.видео Менеджмент» указывало, что проведение Акции не препятствовало клиентам продолжать приобретать товары в магазинах «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ».

Между тем данный довод является несостоятельным в силу того, что проведение Акции в совокупности с размещением объявления, содержащего недостоверные сведения о банкротстве ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» фактически призывало потребителей отказаться от дальнейших посещений магазинов сети «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ».

Данный вывод сделан на основании изучения условий Акции в контексте опубликованного объявления, а также с учетом восприятия данного рекламного модуля обычным потребителем.

7. В силу пункта 3 части 1 статьи 14 Закона №135-ФЗ конкуренции формой недобросовестной конкуренции признается некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами.

Заявитель считает, что название акции «Меняем «Ветер» на «Бонус»» содержит в

себе некорректное сравнение товаров, производимых и реализуемых ООО «М.видео Менеджмент» и товаров, производимых и реализуемых ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ».

Некорректными признаются случаи, когда без видимых оснований аналогичные товары (услуги) иных продавцов (исполнителей, производителей), а также сами иные продавцы, (исполнители, производители) снабжаются эпитетами, принижающими их качественные характеристики. Возможны и иные речевые фигуры, создающие у потребителя ощущение о наличии преимуществ у одного товара, производителя (распространителя) по сравнению с другим товаром, производителем (распространителем). При этом в основание данного вывода не положены какие-либо достоверные факты.

Сравнение значений слов «Ветер» и «Бонус», а также синтаксическая конструкция названия Акции указывает на косвенное сравнение товаров, реализуемых ООО «М.видео Менеджмент» с товарами, реализуемые ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ».

Наименование Акции может признаваться в качестве некорректного сравнения в силу того, что в данном названии ООО «М.видео Менеджмент» использует один из выгодных для себя вариантов название продукта «Люди ветра. Простое будущее», реализуемого ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ». Однако, ООО «М.видео Менеджмент» не было лишено возможности использовать иной вариант наименования дисконтной карты «Люди ветра. Простое будущее» при сопоставлении с собственной продукцией. Тем не менее из всех возможных вариантов ООО «М.видео Менеджмент» избрало такой вариант, который характеризует конкурента с худшей стороны.

Между тем, продукт «М.Видео-Бонус», реализуемый ООО «М.видео Менеджмент» представлен с более выгодной стороны.

Данный рекламный ход создает у потребителя ощущение наличия у товара, реализуемого ООО «М.видео Менеджмент» преимуществ, по сравнению с товаром, реализуемым ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ». При этом никаких достоверных фактов, доказывающих наличие конкретных преимуществ, в рекламе не приводится.

Между тем, некорректное сравнение товаров, производимых или распространяемых хозяйствующим субъектом-конкурентом также не соответствует требованиям добропорядочности, разумности и справедливости.

Рассмотренные действия, выразившиеся в проведении Акции для рекламы услуг ООО «М.видео Менеджмент» с использованием средств индивидуализации ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ», в размещении во время Акции недостоверных сведений о банкротстве ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» и в некорректном сравнении услуг ООО «М.видео Менеджмент» и ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ», каждое в отдельности представляют собой акт недобросовестной конкуренции и направлены на злоупотребление правом, что нарушает установленный частью 1 статьи 14 Закона №135-ФЗ запрет.

Таким образом, вышеуказанные действия ООО «М.видео Менеджмент» свидетельствуют о нарушении ООО «М.Видео Менеджмент» требований добросовестности, разумности и справедливости при осуществлении

конкуренции, что является нарушением части 1 статьи 14 Закона №135-ФЗ.

8) В соответствии с пунктом 5 части 1 статьи 49 Закона №135-ФЗ комиссия при принятии решения по делу о нарушении антимонопольного законодательства решает вопрос о выдаче предписания, а также о необходимости совершения иных действий, направленных на устранение и (или) предотвращение нарушения антимонопольного законодательства.

Проведение ООО «М.видео Менеджмент» Акции является актом недобросовестной конкуренции, предполагающее выдачу предписания о прекращении нарушений антимонопольного законодательства.

Комиссией установлено, что на момент рассмотрения антимонопольного дела, на сайте торговой сети «М.Видео» содержится объявление о проведении Акции (<http://www.mvideo.ru/veter-mbonus>).

Между тем, в связи с завершением периода проведения Акции «меняем «Ветер» на «Бонус», а также с удалением информации следующего содержания: «Белый ветер банкрот, есть М.Видео / mvideo.ru Интернет магазин для дома, цифровой и бытовой техники. Низкие цены!» из сети Интернет, Комиссия считает нецелесообразным выдавать предписание об устранении данного нарушения антимонопольного законодательства.

Как разъяснено в пункте 7 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58, согласно пункту 9 статьи 4 Закона №135-ФЗ, 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, квалифицируются как недобросовестная конкуренция.

Как уже указывалось выше, пунктом 16.1 постановления Пленума ВАС РФ от 17 февраля 2011 года №11 «О некоторых вопросах применения Особенной части Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» закреплено, что статья 14 Закона №135-ФЗ содержит открытый перечень действий, являющихся недобросовестной конкуренцией.

При анализе вопроса о том, является ли конкретное совершенное лицом действие актом недобросовестной конкуренции, подлежат учету не только указанные законоположения, но и положения статьи 10bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности, в силу которых актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах.

Учитывая вышеизложенное, и на основании материалов дела №575/05, Комиссией Ростовского УФАС России в действиях ООО «М.видео Менеджмент» установлен факт нарушения части 1 статьи 14 Закона №135-ФЗ.

Руководствуясь статьёй 23, частью 1 статьи 39, частями 1 – 4 статьи 41, частью 1 статьи 49 Закона №135-ФЗ,

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «М.видео Менеджмент» нарушившим часть 1 статьи 14 Закона №135-ФЗ в части совершения действий по проведению Акции «Меняем «Ветер» на «Бонус» для рекламы услуг ООО «М.видео Менеджмент» с использованием средств индивидуализации ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ», размещению недостоверных сведений о банкротстве ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» и некорректному сравнению услуг ООО «М.видео Менеджмент» и ООО «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ».
2. В связи с завершением периода проведения Акции Меняем «Ветер» на «Бонус», а также с удалением информации следующего содержания: «Белый ветер банкрот, есть М.Видео / mvideo.ru Интернет магазин для дома, цифровой и бытовой техники. Низкие цены!» из сети Интернет предписание ООО «М.видео Менеджмент» не выдавать.

Председатель Комиссии:

Н.А. Кожемяко

М.И. Исмаилов

Члены Комиссии:

Е.Д. Корнева

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия.

Примечание. За невыполнение в установленный срок законного решения антимонопольного органа статьей 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная

ответственность. Привлечение к ответственности, предусмотренной законодательством Российской Федерации, не освобождает от обязанности исполнить решение антимонопольного органа.