

РЕШЕНИЕ

г. Самара

01.06.2010г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Самарской области по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

Председатель Комиссии - <...>, заместитель руководитель
Управления – начальник отдела;

Члены Комиссии:
<...>, заместитель начальника отдела;
<...>, ведущий специалист-эксперт,

рассмотрев на заседании 19.05.2010г. Дело № 33-6509-10/8 по признакам нарушения ООО «ШинТрейд Поволжье» (445043, Самарская область, г. Тольятти, ул. Северная, 18 Б, а/я 4826) части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее — Закон «О защите конкуренции»),

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Самарской области (далее-Управление) поступило заявление ООО «Поволжская шинная компания» (исх. № 39-10 от 16.03.2010г./вх. 2431 от 19.03.2010г.), содержащее сведения о том, что ООО «ШинТрейд Поволжье», называя себя крупнейшим игроком на шинном рынке Поволжья, распространяет сведения несоответствующие действительности и вводит потребителей в заблуждение в отношении количества товара.

Управление возбудило дело в отношении ООО «ШинТрейд Поволжье» по признакам нарушения части 1 статьи 14 Закона «О защите конкуренции», выразившегося в введении в заблуждение потребителей в отношении количества товара путем распространения несоответствующих действительности сведений в рекламно-информационном издании «Шоу-рум».

Рассмотрев материалы дела, заслушав доводы сторон, Комиссия установила следующее.

Согласно заявлению, «в рекламно-информационном издании «Шоу-рум» 1(032) за март 2010г. был опубликован рекламный материал компании «Шиномания» (розничная сеть «ШинТрейдПоволжье»), содержащий в себе информацию не соответствующую действительности. В рекламной статье «Время меняться» (страница 3) были размещены следующие сведения: «Шиномания» - это известная и надежная компания, розничная сеть *крупнейшего* игрока на шинном рынке Поволжья - ШинТрейдПоволжье».

Как указывает заявитель, «компания «Шиномания», как и «ШинТрейд Поволжье», не является крупнейшей компанией на шинном рынке Поволжья. Слово «крупнейший» предполагает превосходную степень, однако ООО «Поволжская шинная компания» также является одной из крупных, а может быть и крупнейшей организацией на рынке шинной продукции в Поволжском регионе, что подтверждает объемами реализации продукции за 2009г.».

Заявитель считает: 1) данная информация нарушает пункт 2 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции», не допускающей недобросовестную конкуренцию, выражавшуюся во введении в заблуждение потребителя в отношении потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей; 2) действия лица, выразившиеся в распространении указанных сведений, являются действиями по недобросовестной конкуренции, направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат действующему законодательству и могут причинить убытки заявителю.

Заявитель считает, что действия лица, выразившиеся в распространении сведений является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции». Согласно указанному закону не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе, введение в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей.

Ответчик нарушение не признал, пояснив следующее.

По факту выхода статьи «Время меняться» в рекламно-информационном издании «Шоу-рум» № 1 (032) за март 2010г. в ООО «ШинТрейдПоволжье» проведена служебная проверка, по результатам которой установлено, что ответственный за размещение в периодических изданиях рекламно-информационных материалов менеджер Петров С.С. одобрил выход вышеуказанной статьи без согласования ее содержания с руководством ООО «ШинТрейдПоволжье». Самостоятельное одобрение менеджера Петрова С.С. содержания статьи «Время меняться» привело к тому, что данная статья вышла с некорректной фразой «крупнейшего игрока». В смысл всей фразы вкладывалось, что один из крупнейших, а не самый крупный и не преследовало ущемление, чьих бы то ни было интересов, введение в заблуждение потребителя, и тем более не было направлено на причинение ущерба другим хозяйствующим субъектам.

Данная информация размещалась на основании договора № 48 от 10.11.2009г. на размещение рекламы в печатных изданиях, заключенного между ООО «Колодец» (Исполнитель) и ООО «ШинТрейд Поволжье» (Заказчик), в соответствии с которым Заказчик поручает, а Исполнитель принимает на себя обязательства по размещению рекламно-информационных материалов Заказчика в рекламно-информационном издании «Шоу-рум» в течении 2009 года, 2010 года.

На основании изложенного, Комиссия Управления пришла к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 7 статьи 4 Закона «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.

Согласно статьи 10 bis "Конвенции по охране промышленной собственности (заключена в Париже 20.03.1883, в ред. От 02.10.1979) актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах.

Статья 14 Федерального закона от 26.07.2006г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» не допускает недобросовестную конкуренцию. Данный закон по недобросовестной конкуренцией понимает действия хозяйствующих субъектов, 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.

Частью 1 статьи 14 Закона «О защите конкуренции» запрещается недобросовестная конкуренция, в том числе введение в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и **количества** товара или в отношении его производителей.

ООО «ШинТрейд Поволжье» и ООО «Поволжская шинная компания» являются коммерческими организациями, осуществляющими предпринимательскую деятельность на одном товарном рынке — на рынке реализации шин в географических пределах одного субъекта Российской Федерации — Самарской области; выступают на рынке в качестве конкурентов.

Шины (автомобильные, автобусные, для сельскохозяйственных машин, мотоциклов и мотороллеры) включены в Общероссийский классификатор экономической деятельности, продукции и услуг ОК 004-93, утвержденный Постановлением Госстандарта РФ от 06.08.1993г. № 17.

Согласно информации, размещенной на сайте www.fcrauf.ru шины являются элементом ходовой части автомобилей. В комплект шин входят: покрышка, ездовая камера с вентилем, обводная лента.

Факт распространения ООО «ШинТрейд Поволжье» периодического печатного издания, а именно журнала «Шоу-рум» подтверждается имеющимися в материалах дела экземплярами журнала «Шоу-рум» и не оспаривается ответчиком.

В условиях конкуренции распространение информации является одним из действенных способов привлечения потребителей.

Приобретение преимуществ перед конкурентами возможно посредством воздействия на потребителей, что в свою очередь изменяет структуру потребительского спроса, дает возможность увеличить объем реализации продукции и, соответственно, увеличить получаемую прибыль.

В процессе рассмотрения дела комиссией Самарского УФАС России было изучено лексическое значение слова «преимущество».

В соответствии с Большим толковым словарем русского языка (под ред. С.А. Кузнецова. Сп-б. «НОРИНТ», 1998):

«**преимущество**» — качество, свойство, выгодно отличающее кого-, что-л., от других; перевес, превосходство над кем-л., чем-л.;

«**крупнейший**» — самый крупный. 1. большой по размеру, величине; 2. значительный по общественному или экономическому положению; 3. сильный по своему влиянию или значению; 4. важный, существенный, серьезный.

Таким образом, под преимуществом следует понимать превосходство качества рекламируемого товара или оказываемой услуги по каким-либо характеристикам над качеством аналогичного товара или услуги иного/иных производителей. Наличие таких качеств, как правило, обеспечивает предпочтение к товару/услуге потребителей. Заявлением о преимуществах являются в том числе формулировки, содержащие прилагательные в превосходной степени: «самый», «только», «лучший», «абсолютный», «единственный», «главный», «главнейший», «крупнейший» и им подобные, не подтвержденные документально.

В материалах дела имеются сведения об объемах реализации ООО «ШинТрейд Поволжье» и ООО «Поволжская шинная компания» шин на территории Самарской области за 2009г. и 1 квартал 2010г.

Сравнительный анализ представленной информации об объемах реализации шин заявителя и ответчика показал, что действительно объемы реализации шин ООО «Поволжская шинная компания» за 2009г. в 3,8 раза превышают объемы реализации ООО «ШинТрейд Поволжье», за 1 квартал 2010г. - в 3,5 раза.

Данный анализ дает основание полагать, что ООО «ШинТрейд Поволжье» в действительности не является «крупнейшим» игроком на шинном рынке Поволжья.

Распространяя вышеуказанные сведения о крупнейшем игроке на шинном рынке Поволжья, недостоверность которых выражена во введении в заблуждение потребителей в отношении количества товара, ООО «ШинТрейд Поволжье» получило (могло получить) преимущества при осуществлении предпринимательской деятельности в виде привлечения клиентов конкурентов, благодаря формированию у них ошибочного мнения о крупнейших организациях на рынке реализации шин которого, в том числе зависит эффективность рекламы.

Рассматриваемые действия ООО «ШинТрейд Поволжье» могли нанести ущерб в виде упущенной выгоды компаниям — конкурентам ООО «Поволжская шинная компания», в том числе ООО «Поволжская шинная компания».

На основании вышеизложенного, Комиссия Управления пришла к выводу о нарушении в действиях ООО «ШинТрейд Поволжье» части 1 статьи 14 Закона «О защите конкуренции».

Руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1-4 статьи 41, статьей 48, частью 1 статьи 49 Закона «О защите конкуренции»,

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «ШинТрейд Поволжье» нарушившим часть 1 статьи 14 Закона «О защите конкуренции».

2. Выдать предписание о прекращении нарушения части 1 статьи 14 Закона о конкуренции, с этой целью **в срок до 21 июня 2010г.** ООО «ШинТрейд Поволжье» прекратить распространять сведения, несоответствующие действительности, которые вводят в заблуждение потребителей в отношении количества товара.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

ПРЕДПИСАНИЕ

01.06.2010г.

г. Самара

Комиссия Самарского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

Председатель Комиссии <...>, зам. руководителя Управления-
начальник отдела;

Члены Комиссии: <...>, заместитель начальника отдела

<...>, ведущий специалист-эксперт;

руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частью 4 статьи 41, статьей 50 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» на основании своего решения от 01.06.2010г. по делу № 33-6509-10/8 о нарушении ООО «ШинТрейд Поволжье»(445043, Самарская область, г. Тольятти, ул. Северная, 18 Б, а/я 4826) части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - ФЗ «О защите конкуренции»),

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «ШинТрейд Поволжье» прекратить нарушение части 1 статьи 14 ФЗ «О защите конкуренции», с этой целью **в срок до 21 июня 2010г.** прекратить распространять сведения, несоответствующие действительности, которые вводят в заблуждение потребителей в отношении количества товара.

2. О выполнении настоящего Предписания сообщить **в срок 22 июня 2010г.**, с предоставлением доказательств.