

Решение

по делу № P-5/129 2015

14 августа 2015 г.

г. Благовещенск

Комиссия Амурского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: <...>, заместитель руководителя – начальник отдела товарных рынков и рекламы Амурского УФАС России,

члены Комиссии: <...>, главный специалист – эксперт отдела товарных рынков и рекламы Амурского УФАС России, <...>, ведущий специалист – эксперт указанного отдела, <...>, специалист – эксперт указанного отдела,

рассмотрев дело № P-5/129 2015 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (требований установленных пунктом 3 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», далее – Закон «О рекламе»)

в отсутствии:

заявителя – индивидуального предпринимателя <...> ИП <...>;

заинтересованного лица – индивидуального предпринимателя <...>, далее – <...>;

в присутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

**индивидуальный предприниматель** <...> (далее – ИП <...>) <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>, местоположение: <...>) в лице представителя <...>, далее – <...>, представитель ИП <...> (доверенность <...>),

эксперта – ---, переводчика – ---.

УСТАНОВИЛА:

В ходе рассмотрения заявления ИП <...> (вх. <...>) установлено, что в 2015 году, в том числе 01.05.2015 года в журнале «<...>» (<...>, рекламное издание) размещена информация следующего содержания:

на темном фоне белыми буквами текст: «Салон меха и кожи <...> <...>, тел.<...>».

Указанная информация, в соответствии пунктом 1 статьи 3 Закона «О рекламе»,

подпадает под понятие «реклама», поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, объектом рекламирования, в соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона «О рекламе», являются товары с товарным знаком <...> реализуемые <...>.

Определением о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе <...>, в отношении ИП <...>. возбуждено дело № Р-5/129 2015, назначенное к рассмотрению на <...> на 10:00 часов.

Из заявления ИП <...> (вх. <...>) следует, что ИП <...> принадлежат права на использование торгового бренда «Фабiani», обозначаемого латинскими буквами «FABIANI», «<...>», «MADDOX&FABIANI». Исходя из представленных копий страниц журнала, в мае 2015 года в журнале «<...>», принадлежащем ИП <...> размещена реклама салона меха и кожи <...>, расположенного в <...>, принадлежащего ИП <...>.

Из письменных пояснений ИП <...> (вх. <...>) следует, что при осуществлении предпринимательской деятельности ИП <...> использует коммерческое обозначение <...> на основании свидетельства № <...> от <...>, выданного Торгово – промышленной палатой Амурской области.

На основании договора № <...> (далее – Договор) рекламодатель, в лице ИП <...>, оказывает услуги по производству и (или) размещению рекламных материалов рекламодателя, в лице ИП <...>, в журнале «<...>». В связи с тем, что редакция журнала не имела сведений о судебных разбирательствах ИП <...>, в мае 2015 года была ошибочно выпущена реклама в соответствии с условиями договора, в соответствии с пунктом 7.1 которого, Договор вступает в силу с момента его подписания сторонами и действует до 31.12.2015. Согласно пункту 7.2 Договор может быть пролонгирован на тот же срок и на тех же условиях. ИП <...> также указала, что в настоящее время не использует в своей деятельности коммерческое обозначение <...>, так как <...> года вступило в законную силу решение Арбитражного суда Амурской области, дело № 7189/2014, в соответствии с которым ИП <...> запрещено использование коммерческого обозначения «FABIANI», «F BI NI» в своей деятельности, в том числе, путем размещения на внутренних документах, печатях, вывесках, бланках, в счетах, упаковках, объявлениях, рекламе и иной документации и рекламной продукции.

Из письменных пояснений ИП <...> следует, что в связи с заключением долгосрочного договора с ИП <...> было предоставлено бонусное размещение рекламного материала. Таким размещением стала полоса с имиджевой рекламой салона меха <...> в майском номере журнала «<...>» <...>. <...> не уведомила редакцию журнала о том, что 15 апреля 2015 года вступило в силу решение Арбитражного суда Амурской области о запрете использования коммерческого обозначения «FABIANI», «<...>», поэтому такое размещение произошло по незнанию редакции. Относительно срока распространения <...>, указала, что учет сроков распространения журналов ИП <...> не ведется, в связи с чем, указать сроки распространения майского номера журнала не имеется возможности.

Комиссия Амурского УФАС России, всецело и объективно исследовав материалы дела № Р-5/129 2015, установила следующее.

<...> обладает правом на использование товарного знака «FABIANI», «F BI NI», «MADDOX&FABIANI», принадлежащего торговой компании «ЭБРУ ДЕРИ ТЕКСТИЛЬ ТУРИЗМ САНАЙИ ВЕ ТИДЖАРЕТ ЛИМИТЕД ШИРКЕТИ» - «EBRU DERİ TEKSTİL TURİZM SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ» (Турция) на основании договора о предоставлении права использования средства индивидуализации (товарного знака) от <...>.

Согласно сведениям Амурской торгово-промышленной палаты <...> для индивидуализации своего предприятия - салона меха и кожи - при осуществлении продажи товара использует обозначение «<...>», <...> в качестве коммерческого обозначения использует обозначение «FABIANI».

Комиссией Амурского УФАС России установлено, что ИП <...> и ИП <...> являются конкурентами в сферах деятельности по кодам ОКВЭД 52.42.3, 52.42.1, согласно сведениям Амурской торгово-промышленной палаты ИП <...> осуществляет деятельность под зарегистрированным за ней коммерческим обозначением «F■BI■NI», ИП <...> под зарегистрированным за ней знаком «FABIANI», «MADDOX @ FABIANI».

Таким образом, Комиссия Амурского УФАС России пришла к выводу о том, что товарный знак «<...>», зарегистрированный за ИП <...> схож до степени смешения с товарным знаком, зарегистрированным за ИП <...> - «FABIANI».

Установлено, что ИП <...> не смотря на запрет использования изображения коммерческого обозначения <...> в своей деятельности, в том числе путем размещения на внутренних документах, печатях, вывесках, бланках, в счетах, упаковках, объявлениях, рекламе и иной документации и рекламной продукции (решение Арбитражного суда Амурской области <...>), договор на рекламное обслуживание от <...> расторгнут не был, и не расторгнут на момент рассмотрения дела <...>. Последняя оплата по договору прошла <...>, что подтверждается копией квитанции <...> на сумму <...>.

Решением Арбитражного суда Амурской области от 22.01.2015 по делу № А04-7189/2014, оставленным в силе постановлением Шестого арбитражного апелляционного суда от 22.04.2015, удовлетворены требования ИП <...> в части признания выданного независимой негосударственной некоммерческой организацией «Амурская торгово-промышленная палата» свидетельства о внесении в Реестр коммерческих обозначений предприятий и предпринимателей Амурской области при Амурской торгово-промышленной палате № <...> на имя ИП <...> недействительным, а также запрета ИП <...> использовать изображения коммерческого обозначения <...>, в своей деятельности, в том числе путем размещения на внутренних документах, печатях, вывесках, бланках, в счетах, упаковках, объявлениях, рекламе и иной документации и рекламной продукции.

Как следует из пояснений ИП <...> (вх. <...>), ИП <...> не уведомила ИП <...> о запрете использования товарного знака <...> и о необходимости расторжения договора на рекламное обслуживание от <...>. Данный факт не отрицался в

письменных пояснениях сторон, а также представителем ИП <...> в ходе рассмотрения дела.

Исследовав обстоятельства дела, Комиссия пришла к выводу, что действия ИП <...> по незаконному использованию товарного знака (обозначения) <...> в рекламе реализуемого ей товара вводят в заблуждение покупателя в отношении производителя и продавца товара, свойств товара и направлены на получение предпринимателем преимуществ при осуществлении своей деятельности путем использования для ввода в оборот и реализации товара известного товарного знака, принадлежащего иному лицу в отсутствие на то законных оснований. Использование схожего до степени смешения коммерческого обозначения - <...>, принадлежащего ИП <...> может также повлечь нарушение интересов иных продавцов аналогичных товаров.

Таким образом, реклама, размещенная в печатном издании «<...>» (<...>) на основании действующего договора на рекламное обслуживание от <...> заключенного между ИП <...> (рекламодатель) и <...> (рекламораспространитель) нарушает требования установленные пунктом 3 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе», следовательно, является ненадлежащей в силу пункта 4 статьи 3 Закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона «О рекламе», рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных [частями 2 - 8 статьи 5](#) указанного Федерального закона.

Рекламодателем - изготовителем или продавцом товара названной рекламы, согласно пункту 5 статьи 3 Закона «О рекламе», является ИП <...> года рождения (ИНН <...>, ОГРНИП <...>, местоположение: <...>).

Комиссией Амурского УФАС России, по совокупности документов (пояснения ИП <...> (вх. <...>), договор на рекламное обслуживание <...>, договор на рекламное обслуживание <...>, квитанция об оплате <...>, квитанция об оплате от <...>, свидетельство о внесении в Реестр коммерческих обозначений предприятий и предпринимателей Амурской области при Амурской торгово – промышленной палате № <...>, пояснения ИП <...> (вх. <...>), решение Арбитражного суда Амурской области от 22.01.2015 по делу № А04- 7189/2014, постановление Шестого арбитражного апелляционного суда от 22.04.2015 по делу № 06АП-1182/2015) установлено, что по вине рекламодателя ИП <...> произошло распространение рассматриваемой рекламы, не соответствующей требованиям пункта 3 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе».

Комиссия Амурского УФАС России считает, что ИП <...>, являясь рекламодателем вышеназванной рекламы, имела возможность не распространять рекламу товара с использованием товарного знака м, сходного до степени смешения с товарным знаком <...>, что исключило бы нарушение требований установленных пунктом 3 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе», однако не предприняла для этого соответствующих мер.

Согласно частей 4 и 6 статьи 38 Закона «О рекламе» к лицу, виновному в нарушении требований законодательства о рекламе, необходимо применить меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

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 ненадлежащей рекламу, распространенную ИП <...> в 2015 году на территории Амурской области в г. Благовещенск, в том числе <...>, в журнале «<...>» (<...>) с текстом следующего содержания:

на темном фоне белыми буквами текст: «<...>», <...>этаж, сек. <...>, тел.: <...>».

2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения требований установленных пунктом 3 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Амурского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, ответственность за которое предусмотрена статьей 14.3 [Кодекса](#) Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 14 августа 2015 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>

<...>