

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №143-ФАС22-Р/10-16

Решение изготовлено в полном объеме 22 декабря 2016 года.
г.Барнаул

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

<...>

рассмотрев дело №143-ФАС22-Р/10-16 по факту размещения на стр.13 в газете «Новая жизнь» от 27.08.2016г. рекламы, в которой усматриваются признаки нарушения п.4 ч.2 ст.5, п.20 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе»,

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

в отсутствие заинтересованного лица МУП «Редакция газеты «Новая жизнь» (уведомлено надлежащим образом),

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе - рекламодателя ИП Соколовой,

УСТАНОВИЛА:

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 заинтересованного лица МУП «Редакция газеты «Новая жизнь», заявителя, так как заинтересованное лицо и заявитель своевременно и надлежащим образом извещены о времени и месте рассмотрения дела (в деле имеется уведомление о вручении почтового отправления).

21.12.2016 г. от и.о. директора ФГБНУ «НИИСС» поступило ходатайство о рассмотрении дела без участия представителя ФГБНУ «НИИСС» (вхд.№1614750).

На основании изложенного Комиссией принято решение о рассмотрении дела в отсутствие заявителя, МУП «Редакция газеты «Новая жизнь».

Согласно заявлению ФГБНУ «Научно-исследовательский институт садоводства Сибири имени М.А. Лисавенко» (вхд.№169949 от 01.09.2016г.) в газете «Новая жизнь» на стр.13 от 27.08.2016г. размещена реклама следующего содержания: «Институт садоводства Сибири предлагает саженцы элитных зимостойкий сортов с гарантией качества... Ждем вас 2 сентября в Елунино – с 10.00 до 12.00, 3-4 сентября – в павловске на рынке автомобиль госномер <...> Н901РО22».

Заявитель указывает, что имеет в своем наименовании слова «Институт садоводства Сибири». Рекламодателем данного материала не является, реализовывает свою сертифицированную растениеводческую продукцию в ином

месте. Неправомерное использование рекламодателем наименования Института может нанести вред деловой репутации ФГБНУ «НИИСС».

В заседании Комиссии ИП Соколова пояснила, что с институтом садоводства Сибири имени М.А. Лисавенко работает на протяжении 10 лет, с которым ежегодно заключает договоры на использование сортов, а также договоры купли-продажи. В заседании Комиссии ИП Соколова представила договор на использование сортов, договоры купли-продажи, а также счета-фактуры на продукцию, приобретенную у ФГБНУ «НИИСС». Относительно использования в рекламе информации «Институт садоводства Сибири», сообщила, что кроме продукции ФГБНУ «НИИСС», реализует продукцию других производителей Сибири.

29.11.2016г. рассмотрение дела №143-ФАС22-Р/10-16 было отложено в связи с необходимостью получения дополнительных доказательств у лиц, располагающих сведениями о рассматриваемых Комиссией обстоятельствах.

22 декабря 2016г. Комиссия продолжила рассмотрение дела №143-ФАС22-Р/10-16 в новом заседании с того момента, с которого оно было отложено.

В заседании Комиссии ИП Соколова пояснила, что в 2010 году заключала лицензионный договор на использование сортов, который действует один год. В данный момент реклама не размещается, поскольку посадочный сезон закрыт.

Комиссия, заслушав ИП Соколову, изучив материалы дела и исследовав доказательства по делу, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

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, реализуемым Институтом садоводства Сибири, способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

На запрос антимонопольного органа МУП «Редакция газеты «Новая жизнь» представила договор на оказание рекламных и информационных услуг от 24.08.2016г. №96, заключенный с Щ<...> и макет рекламы, согласованный с ИП Щекаевой по электронной почте <...>@mail.ru. ИП Щекаева представила в МУП «Редакция газеты «Новая жизнь» копию свидетельства о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя от 23.04.2007г. на имя Щ<...>.

Комиссия установила, что с 2013 года, согласно информации, размещенной на официальном сайте Федеральной налоговой службы России, в Едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей под ОГРНИП

307226111300041 зарегистрирована С<...>.

Таким образом, Комиссией установлено, что рекламодателем рекламы: «Институт садоводства Сибири предлагает саженцы элитных зимостойких сортов с гарантией качества... Ждем вас 2 сентября в Елунино – с 10.00 до 12.00, 3-4 сентября – в Павловске на рынке автомобиль госномер <...> Н901РО22» в газете «Новая жизнь» от 27.08.2016г. является ИП Соколова.

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

Согласно п.9 ст.4 Федерального закона «О защите конкуренции», недобросовестная конкуренция - любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

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

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

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

В силу статьи 1474 Гражданского Кодекса РФ, юридическому лицу принадлежит исключительное право использования своего фирменного наименования в качестве индивидуализации любым, не противоречащим закону способом (исключительное право на фирменное наименование), в том числе путем его

указания на вывесках, бланках, в счетах и иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, в сети "Интернет".

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

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

Согласно выписке из ЕГРИП основным видом деятельности С<...> является торговля розничная в нестационарных торговых объектах и на рынках (ОКВЭД – 47.8).

Согласно выписке 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.

Согласно п. 24.3 выписки из Устава ФГБНУ «НИИСС», видом деятельности Учреждения является производство, хранение, доведение до посевных (посадочных) кондиций и реализация оригинального, элитного и репродукционного посадочного материала плодовых, ягодных, декоративных, лекарственных растений и продукции других сельскохозяйственных культур.

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

В рекламе ИП Соколовой «Институт садоводства Сибири предлагает саженцы элитных зимостойкий сортов с гарантией качества...» используется часть наименования ФГБНУ «НИИСС».

На определение об отложении рассмотрения дела №143-ФАС22-Р/10-16 от 29.11.2016г. ФГБНУ «НИИСС» пояснило, что договорных отношений с ИП Соколовой Н.В. нет. Учреждение предложило заключить возмездный договор на использование наименования (и производных от наименования) ФГБНУ «НИИСС» в рекламных целях с ИП Соколовой в интересах последней. Предприниматель ответила отказом.

ФГБНУ «Научно-исследовательский институт садоводства Сибири имени М.А. Лисавенко» договор с ИП Соколовой на реализацию рекламируемой продукции не заключало, разрешение на использование в рекламе наименования Институт садоводства Сибири ИП Соколовой не давало. Таким образом, ИП Соколова 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», наименование продавца ИП Щекаева, данная реклама вводит потребителей в заблуждение относительно изготовителя или продавца рекламируемого товара.

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 рекламоатель – ИП Соколова.

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 «Институт садоводства Сибири предлагает саженцы элитных зимостойкий сортов с гарантией качества... Ждем вас 2 сентября в Елунино – с 10.00 до 12.00, 3-4 сентября – в павловске на рынке автомобиль госномер <...> Н901РО22», размещенную в газете «Новая жизнь» от 27.08.2016г. на стр.13, ненадлежащей.

2. Признать ИП Соколову нарушившей требования п.4 ч.2 ст.5, п.20 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

3. Выдать ИП Соколовой предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ №177

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

22 декабря 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 22 декабря 2016г. по делу №143-ФАС22-Р/10-16 о признании ненадлежащей рекламы, размещенной в газете «Новая жизнь» (от 27.08.2016г. на стр.13), 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 Соколовой 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 Соколовой представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 28 декабря 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.

<...>