

РЕШЕНИЕ

по делу № 47/2010-М/Т

«12» мая 2010 года

Комиссия Рязанского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства в составе: председатель Комиссии Луканцов В.В., исполняющий обязанности руководителя, члены Комиссии: Дзвин К.А., ведущий специалист – эксперт, Диманд Р.В., ведущий специалист-эксперт, Колупаева Е.В. специалист – эксперт, рассмотрев дело № 47/2010-М/Т по признакам нарушения ООО «Завод Шинглас» (391000, г. Рязань, Восточный промузел, 21) пункта 2 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции», УСТАНОВИЛА:

В адрес Рязанского УФАС России поступило заявление ООО «АЛИКОН» (ул. Кубинская, д. 75, к. 1, лит. А, г. Санкт-Петербург, 196240) о нарушении ООО «Завод Шинглас» (Восточный промузел, 21, стр. 58, г. Рязань, 391000) п. 2, ч. 1, ст. 14 ФЗ «О защите конкуренции», выразившемся в указании на этикетке производимой им продукции (гибкой черепицы), в рекламных буклетах «Коллекция 2009 SHINGLASгибкая черепица» и на корпоративном сайте Шинглас Техноколь словосочетания «Финская черепица», что, по мнению заявителя, вводит в заблуждение потребителей относительно места происхождения товара.

В подтверждение изложенного заявителем представлен в частности «Аналитический отчет по итогам социологического исследования: «Отношение потребителей к словосочетанию «финская черепица».

В ходе рассмотрения дела ответчиком также были представлены «Аналитический отчет МГУ им. М.В. Ломоносова по итогам всероссийского социологического опроса «Характер восприятия потребителями России информации в предложениях к продаже черепицы Шинглас серии «Финская черепица» относительно места её производства».

Рассмотрев представленные материалы и выслушав в открытых заседаниях мнения представителей сторон, Комиссия пришла к выводу об отсутствии в рассматриваемых действиях ООО «Завода Шинглас» нарушения требований антимонопольного законодательства. Данное утверждение вытекает из следующего.

В соответствии с п. 9 ст. 4 ФЗ «О защите конкуренции» недобросовестная конкуренция – любые 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 нанести или могут нанести вред их деловой репутации.

Заявитель и ответчик по делу являются конкурентами, т.к. осуществляют хозяйственную деятельность на одном товарном рынке (кровельная черепица).

Рассмотрев содержание интернет – сайта, указанного заявителем и рекламного буклета, Комиссия пришла к следующему выводу: указанные материалы содержат указание сведений о производителе (стр. 52 буклета изготовленного в виде тома, и последняя страница буклета в виде раскладки), кроме того в буклетах указано, что «финская черепица» одна из серий коллекции 2009 года (стр. 45 1-ого буклета и предп. стр. 2-го буклета). По мнению Комиссии, совокупность изложенного выше факторов однозначно указывает на производство и место происхождения товара (РФ, г. Рязань).

Рассмотрев графическую и текстовую часть этикетки упаковки гибкой черепицы, прилагаемой к заявлению, Комиссия установила следующее: рассматриваемая этикетка содержит товарный знак «SHINGLAS», размещенный в левом верхнем углу, надпись синими заглавными буквами на белом фоне «финская черепица», размещенная в центре этикетки, ниже которой в левом нижнем углу размещен товарный знак «ТЕХНО НИКОЛЬ» и надпись ООО «Завод Шинглас» Россия, 390047, Восточный промузел, 21, стр. 58.

Комиссией не установлена регистрация в качестве объекта интеллектуальной собственности словосочетание «финская черепица», из чего следует, что в общем случае использование такого словосочетания в качестве наименования товара, правомерно. Полагаем, что только в случае отсутствия в рекламе или иной распространяемой информации (например на этикетке) сведений о производителе, словосочетание «финская черепица» может ввести потребителей в заблуждение относительно места происхождения или производителя товара. Однако в рассматриваемом случае информация о производителе выполнена на этикетке шрифтом, способом позволяющим потребителю воспринимать её содержание.

Считаем необходимым дополнительно отметить, что этикетка содержит визуальное изображение двух товарных знаков производителя кровельных материалов, что в сочетании с указанной выше текстовой информацией, содержащей слово «завод» однозначно формирует у потребителей представление о месте производства и производителе товара. Этот вывод подтверждается Отчетом о социологическом исследовании «Вводится ли в заблуждение потребитель о месте производства товара «Финская черепица» с одновременным указанием на упаковке фактического места производства».

Комиссией были приняты к сведению, но признаны некорректными выводы социологического опроса, проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения, аналитический отчет по итогам социологического исследования «Отношение потребителей к словосочетанию «Финская черепица». Исследовав анкету, являющейся основой опроса, установлено, что респондентам этикетка упаковки гибкой черепицы завода «Шинглас» демонстрировалась сопровождаемая следующим вопросом «Посмотрите пожалуйста на этикетку. Как вы думаете, отражена ли какая-либо связь, культурная, историческая или технологическая, данного товара с Финляндией?». По мнению Комиссии при такой постановке вопроса опрашиваемые потенциальные потребители не дают ответа на ключевой вопрос: кем произведен товар, исходя из содержания этикетки?»

На основании изложенного Комиссией не установлено, что действие ООО «Завод Шинглас» по присвоению серии производимого товара наименования «финская черепица» и указанию этого наименования в рекламе и на этикетке товара, противоречат действующему законодательству РФ. Помимо этого эти действия, с учетом указания в рекламе сведений о производителе, не противоречат обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и соответствуют требованиям потребительского законодательства.

Руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1-4 статьи 41, статьей 48, частью 1 статьи 49 Федерального закона от

РЕШИЛА:

1. Прекратить рассмотрение дела № 47/2010-М/Г в связи с отсутствием нарушения антимонопольного законодательства.

Решение изготовлено в полном объеме 25.05.2010г.

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