

РЕШЕНИЕ

01 июля 2015 года

город Липецк

Резолютивная часть решения объявлена 18 июля 2015 года

Решение в полном объеме изготовлено 01 июля 2015 года

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

Председатель Комиссии

Сешенов А.А. руководитель Липецкого УФАС России

Члены Комиссии:

Шелестенко Д.А. начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции Липецкого УФАС России,

Зеленкова В.А. Государственный инспектор отдела антимонопольного контроля на товарных и финансовых рынках Липецкого УФАС России,

рассмотрев дело № 83 по признакам нарушения ООО «Мегаполис-Недвижимость» <...> части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», выразившегося в том что ООО «Мегаполис-Недвижимость», разместив рекламную информацию на опорах знаков дорожного движения следующего содержания: «гипермаркет для дома Аршин» с указателями направления движения и расстоянием (знак **6.9.1** «Предварительный указатель направлений», **6.10.1** «Указатель направлений») по адресу: г. Липецк, а/д Орел-Тамбов (Р-119), за 300 метров до развязки с а/д Липецк-Мичуринск (Р-204), движение от Тамбова, г. Липецк, Воронежское шоссе в районе остановки общественного транспорта ул. Ленина (с. Сырское) по направлению движения из г. Липецк к г. Воронеж, г. Липецк, Воронежское шоссе в районе пересечения Воронежского шоссе с ул. Минская по направлению движения из г. Воронеж к г. Липецк в нарушение требований действующего законодательства, получило преимущество в осуществлении своей предпринимательской деятельности по отношению к другим хозяйствующим субъектам,

в присутствии представителя ООО «Мегаполис-Недвижимость» по доверенности - <...>,

УСТАНОВИЛА:

Сотрудниками отдела рекламы и недобросовестной конкуренции в ходе осмотра рекламных конструкций г. Липецка, проведенного в период с 04.06.2015 по 05.06.2015 установлено, что в г. Липецке на опорах знаков дорожного движения (знак 6.9.1 «Предварительный указатель направлений», 6.10.1 «Указатель направлений»):

- по адресу: г. Липецк, а/д Орел-Тамбов (Р-119), за 300 метров до развязки с а/д Липецк-Мичуринск (Р-204), движение от Тамбова размещается рекламная информация ООО «Мегаполис-недвижимость», следующего содержания: «гипермаркет для дома Аршин 19 указатель направления движения».

- по адресу г. Липецк, Воронежское шоссе в районе остановки общественного транспорта ул. Ленина (с. Сырское) по направлению движения из г. Липецк к г. Воронеж размещается рекламная информация ООО «Мегаполис-недвижимость», следующего содержания: «гипермаркет для дома Аршин 5 указатель направления движения».

- по адресу г. Липецк, Воронежское шоссе в районе пересечения Воронежского шоссе с ул. Минская по направлению движения из г. Воронеж к г. Липецк размещается рекламная информация ООО «Мегаполис-недвижимость», следующего содержания: «гипермаркет для дома Аршин 5 указатель направления движения».

В соответствии со статьёй 3 Федерального закона «О рекламе» реклама – это информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается 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.

Понятие, - реклама характеризуется следующими признаками:

Во-первых, реклама - это информация.

Во-вторых, реклама является публичной информацией. Это означает, что она адресована неограниченному количеству лиц.

В-третьих, ей свойственно распространение, то есть совершение в отношении информации любых действий, направленных на то, чтоб она стала доступной потребителям. Без осуществления этих действий реклама теряет свою сущность.

В-четвертых, реклама может распространяться в любой форме (которая разрешима для рекламы конкретного товара).

И, наконец, пятый признак рекламы - ее цель. Она должна привлекать внимание к объекту рекламирования и формировать или поддерживать интерес к нему, а также способствовать его продвижению на рынке. Привлечение внимания представляет собой процесс обращения органов восприятия потребителя непосредственно на прием информации о товаре (с помощью яркости, красочности, звукового оформления, неординарности дизайна или текста). Формирование (поддержание) интереса - целенаправленное действие, которое

порождает (делает устойчивым) у потребителя ощущение необходимости рекламируемого товара, побуждает его приобрести объект рекламирования. Продвижение товара - это эффект, которого старается добиться рекламодатель, выражающийся в образовании высокого спроса на товар и больших объемов продаж. Наличие у рекламной информации указанных целей является необходимым для признания рекламы таковой.

Соответственно, к рекламе относятся направленные на продвижение на рынке адресованные неопределённому кругу лиц сведения о:

- наименовании товара и/или его описании, характеристиках, свойствах,
- наименовании юридического лица или названия его торгового предприятия, в том числе с указанием профиля его деятельности, контактной информацией,
- результатах интеллектуальной деятельности, в частности произведениях науки, литературы и искусства; программах для электронных вычислительных машин; базах данных; изобретениях,
- названии мероприятия любого характера (культурном, спортивном и т.п.), его описании, в том числе о месте и сроках его проведения.

В соответствии с ч.3 ст.19 ФЗ «О рекламе» распространение рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается.

Указанная норма статьи 19 Федерального закона «О рекламе» соотносится с положениями международной Конвенции о дорожном движении, подписанной СССР 08.11.1968, вступившей в силу с 21.05.1977 и действующей для России.

Согласно статье 4 указанной Конвенции договаривающиеся стороны обязуются принять меры к тому, чтобы было запрещено помещать на сигнальном знаке, на его опоре или любом другом приспособлении, предназначенном для регулирования движения, что-либо, что не имеет отношения к назначению этого сигнального знака или приспособления.

Учитывая изложенное, в соответствии со статьёй 19 Федерального закона «О рекламе» на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается, в частности, размещение следующей информации:

- наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя или название торгового предприятия данного лица, независимо от указания или неуказания также профиля деятельности данного лица, контактной информации, производимых или реализуемых товаров, иных сведений;
- наименование товара, иные средства индивидуализации товара (в том числе товарный знак, логотип), независимо от указания или неуказания вида товара, мест реализации данного товара, описания его свойств и иных сведений.

При этом указание исключительно на профиль деятельности организации «Аптека», «Супермаркет», «Салон красоты» (т.е. без указания обозначения, индивидуализирующего данную организацию, - наименования, товарного знака),

в том числе с указанием направления движения к данным объектам, не подпадает под понятие рекламы, и размещение такой информации на опорах знаков дорожного движения статья 19 Федерального закона «О рекламе» не запрещает. Кроме того, не подпадает под указанный запрет статьи 19 Федерального закона «О рекламе» размещение информации об объектах транспортной инфраструктуры, в том числе имеющих собственное обозначение (например, «Аэропорт Домодедово», «Курский вокзал»), направленной на указание места нахождения данных объектов и не содержащей сведений рекламного характера (таких как например, дата образования данного объекта или его характеристики, описание).

В Российской Федерации действует ГОСТ Р 52289-2004 «Технические средства организации дорожного движения. Правила применения дорожных знаков, разметки, светофоров, дорожных ограждений и направляющих устройств», утверждённый приказом Ростехрегулирования от 15.12.2004 № 120-ст, положения которого допускают размещение информации об объектах притяжения участников дорожного движения (адрес, телефон, вид деятельности, направление движения, расстояние до объекта, прочая информация, в т.ч. графическая) совместно со знаками 6.9.1, 6.9.2, 6.10.1, 6.12, при соблюдении определённых условий.

Однако Федеральный закон «О рекламе» имеет более высокую юридическую силу, чем указанный ГОСТ.

Согласно части 2 статьи 40 Федерального закона «О рекламе» впредь до приведения законов и иных нормативных правовых актов Российской Федерации, действующих на территории Российской Федерации и регулирующих отношения в сфере рекламы, в соответствии с настоящим Федеральным законом указанные законы и иные нормативные правовые акты применяются постольку, поскольку они не противоречат данному Федеральному закону.

Соответственно, положения ГОСТа применяются в части, не противоречащей Федеральному закону «О рекламе».

Кроме того, указанный ГОСТ принят в виде национального стандарта, соответственно в силу части 2 статьи 15 Федерального закона «О техническом регулировании» он применяется на добровольной основе.

Учитывая изложенное, несмотря на наличие возможности размещения различного рода информации на дорожных знаках, закреплённой в указанном ГОСТе, подлежит применению запрет на размещение рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, установленный в Федеральном законе «О рекламе».

В соответствии со ст. 1538 ГК РФ юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность (в том числе некоммерческие организации, которым право на осуществление такой деятельности предоставлено в соответствии с законом их учредительными документами), а также индивидуальные предприниматели могут использовать для индивидуализации принадлежащих им торговых, промышленных и других предприятий ([статья 132](#)) коммерческие обозначения, не являющиеся фирменными наименованиями и не подлежащие обязательному включению в учредительные документы и единый государственный реестр юридических лиц.

Коммерческое обозначение может использоваться правообладателем для индивидуализации одного или нескольких предприятий.

Согласно требованиям, ст. 1539 ГК РФ правообладателю принадлежит исключительное право использования коммерческого обозначения в качестве средства индивидуализации принадлежащего ему предприятия любым не противоречащим закону способом (исключительное право на коммерческое обозначение), в том числе путем указания коммерческого обозначения на вывесках, бланках, в счетах и на иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, в сети "Интернет", если такое обозначение обладает достаточными различительными признаками и его употребление правообладателем для индивидуализации своего предприятия является известным в пределах определенной территории.

Статьей 1540 ГК РФ установлено, что на территории Российской Федерации действует исключительное право на коммерческое обозначение, используемое для индивидуализации предприятия, находящегося на территории Российской Федерации.

ООО «Мегаполис-Недвижимость» в качестве коммерческого обозначения магазина строительных и отделочных материалов использует следующее обозначение – «гипермаркет для дома Аршин».

Таким образом, словосочетание «гипермаркет для дома Аршин» изображенное на знаках дорожного движения является охраняемым законом коммерческим обозначением и служит средством индивидуализации ООО «Мегаполис-Недвижимость» как лица осуществляющего в г. Липецке реализацию строительных и отделочных материалов.

В связи с этим, распространяемая на информационных знаках индивидуального проектирования информация «гипермаркет для дома Аршин» со стрелкой указывающей маршрут проезда адресована неопределенному кругу лиц (потенциальным покупателям), и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (не к любому гипермаркету, а именно к гипермаркету, принадлежащему ООО «Мегаполис-Недвижимость»).

В связи с чем, информация, распространяемая с помощью дорожных знаков, содержит признаки рекламы и не может быть расценена как дорожный знак информационного характера.

Исходя из вышеизложенного следует, что, не смотря на место расположения гипермаркета «Аршин» (г. Липецк, ул. Ангарская, вл. 33) ООО «Мегаполис-Недвижимость» распространяет информацию о гипермаркете на одной опоре со знаками дорожного движения в других районах города Липецка, т.е. не возле придорожного объекта, а по направлению движения к нему.

Действия ООО «Мегаполис-Недвижимость» с учетом наличия конкуренции на товарном рынке, привели к ограничению конкуренции на рынке по продаже продовольственных и непродовольственных товаров, что создало возможность для ООО «Мегаполис-Недвижимость» в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения услуг на рынке путем получения преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности.

В соответствии с п.9 ст.4 ФЗ «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, а на основании ч.1 ст.14 ФЗ «О защите конкуренции», недобросовестная конкуренция не допускается.

Таким образом, ООО «Мегаполис-Недвижимость», разместив рекламную информацию на одной опоре со знаками дорожного движения, получило преимущество в осуществлении своей предпринимательской деятельности по отношению к другим хозяйствующим субъектам, которые работают на данном товарном рынке.

Если исходить из определения недобросовестной конкуренции, действия, которые являются нарушением конкурентной борьбы, прежде всего, имеют четкую направленность на приобретение преимуществ предпринимательской деятельности, в данном случае получением преимуществ ООО «Мегаполис-Недвижимость» является размещение рекламной информации на одной опоре со знаками дорожного движения.

Действия конкурента не должны противоречить требованиям действующего законодательства, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости. В данном случае действия ООО «Мегаполис-Недвижимость» нарушают ч.3 ст.19 ФЗ «О рекламе».

Действия конкурента причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам-конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации. В данном случае, под убытками, с точки зрения ст. 15 ГК РФ, подразумевается не только реальный ущерб, но и упущенная выгода. В данном случае ООО «Мегаполис-Недвижимость» могло причинить убытки другим хозяйствующим субъектам, работающим на данном рынке, которые не могли или не имели возможности разместить рекламную информацию на одной опоре со знаками дорожного движения по указанным выше адресам.

Так, разместив рекламную информацию на одной опоре со знаками дорожного движения ООО «Мегаполис-Недвижимость» получило преимущество в осуществлении своей предпринимательской деятельности по отношению к другим хозяйствующим субъектам, которые работают на аналогичном рынке в г. Липецке и Липецкой области, а именно, ООО "Электротехническая компания" (Гипермаркет «ДоброСтрой»), ООО «Черноземстрой» и др.

Таким образом, действия, совершенные ООО «Мегаполис-Недвижимость» подпадают под действие ч. 1 ст. 14 ФЗ «О защите конкуренции» в соответствии с которой не допускается недобросовестная конкуренция.

Приказом Липецкого УФАС России № 164 от 09.06.2015 возбуждено дело и создана Комиссия по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства в отношении ООО «Мегаполис-Недвижимость».

Определением о назначении дела № 83 о нарушении антимонопольного

законодательства к рассмотрению от 09.06.2015 назначена дата рассмотрения дела на 18 июня 2015 на 14 часов 10 минут.

На рассмотрение дела явился представитель ООО «Мегаполис-Недвижимость» по доверенности - <...>, который в своих пояснениях ссылался на требования ГОСТ Р 52289-2004 «Технические средства организации дорожного движения. Правила применения дорожных знаков, разметки, светофоров, дорожных ограждений и направляющих устройств», утверждённого приказом Ростехрегулирования от 15.12.2004 № 120-ст, положения которого допускают размещение информации об объектах притяжения участников дорожного движения (адрес, телефон, вид деятельности, направление движения, расстояние до объекта, прочая информация, в т.ч. графическая) совместно со знаками 6.9.1, 6.9.2, 6.10.1, 6.12, при соблюдении определённых условий.

Однако, на рассмотрении антимонопольного дела № 83 Комиссией Липецкого УФАС России установлено, что рекламная информация, размещённая ООО «Мегаполис-Недвижимость» на знаках дорожного движения в городе Липецке распространяется в разных частях города и расстояние от указанной рекламы до гипермаркета «Аршин» варьируется от 5 до 20 километров, т.е. не возле придорожного объекта, а по направлению движения к нему, что подтверждается материалами дела.

На рассмотрении антимонопольного дела № 83 18 июня 2015 года из имеющихся в материалах дела доказательств Комиссией Липецкого УФАС России установлено, что действия ООО «Мегаполис-Недвижимость» выразившиеся в том, что ООО «Мегаполис-Недвижимость», разместив рекламную информацию на опорах знаков дорожного движения следующего содержания: «гипермаркет для дома Аршин» с указателями направления движения и расстоянием (знак **6.9.1** «Предварительный указатель направлений», **6.10.1** «Указатель направлений») по адресу: г. Липецк, а/д Орел-Тамбов (Р-119), за 300 метров до развязки с а/д Липецк-Мичуринск (Р-204), движение от Тамбова, г. Липецк, Воронежское шоссе в районе остановки общественного транспорта ул. Ленина (с. Сырское) по направлению движения из г. Липецк к г. Воронеж, г. Липецк, Воронежское шоссе в районе пересечения Воронежского шоссе с ул. Минская по направлению движения из г. Воронеж к г. Липецк в нарушение требований законодательства Российской Федерации о рекламе, получило преимущество в осуществлении своей предпринимательской деятельности по отношению к другим хозяйствующим субъектам-конкурентам, и может причинить убытки другим хозяйствующим субъектам-конкурентам, что является актом недобросовестной конкуренции.

Руководствуясь статьёй 23, частью 1 статьи 39, частями 1-4 статьи 41, частью 1 статьи 49 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»,

РЕШИЛА:

1. Признать наличие нарушения ч. 1 ст. 14 ФЗ «О защите конкуренции» в действиях ООО «Мегаполис-Недвижимость», как акт недобросовестной конкуренции выразившееся в получении преимуществ при осуществлении

предпринимательской деятельности путем незаконного размещения рекламы на опорах знаков дорожного движения следующего содержания: «гипермаркет для дома Аршин» с указателями направления движения и расстоянием (знак **6.9.1** «Предварительный указатель направлений», **6.10.1** «Указатель направлений») по адресу: г. Липецк, а/д Орел-Тамбов (Р-119), за 300 метров до развязки с а/д Липецк-Мичуринск (Р-204), движение от Тамбова, г. Липецк, Воронежское шоссе в районе остановки общественного транспорта ул. Ленина (с. Сырское) по направлению движения из г. Липецк к г. Воронеж, г. Липецк, Воронежское шоссе в районе пересечения Воронежского шоссе с ул. Минская по направлению движения из г. Воронеж к г. Липецк, что привело к ограничению конкуренции.

2. Выдать ООО «Мегаполис-Недвижимость» предписание о прекращении нарушения антимонопольного законодательства.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Липецкого УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в установленном законом порядке.

Примечание. За невыполнение в установленный срок законного решения антимонопольного органа частью 2.6 статьи 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.

ПРЕДПИСАНИЕ № 83

01 июля 2015 года

г. Липецк

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

Председатель Комиссии

Сешенов А.А. руководитель Липецкого УФАС России

Члены Комиссии:

Шелестенко Д.А. начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции Липецкого УФАС России,

Зеленкова В.А. Государственный инспектор отдела антимонопольного контроля на

товарных и финансовых рынках Липецкого УФАС России,

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 июля 2015 г. по делу № 83 о нарушении ООО «Мегаполис-Недвижимость» <...> части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», выразившемся в получении преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности путем незаконного размещения рекламы на опорах знаков дорожного движения следующего содержания: «гипермаркет для дома Аршин» с указателями направления движения и расстоянием (знак **6.9.1** «Предварительный указатель направлений», **6.10.1** «Указатель направлений») по адресу: г. Липецк, а/д Орел-Тамбов (Р-119), за 300 метров до развязки с а/д Липецк-Мичуринск (Р-204), движение от Тамбова, г. Липецк, Воронежское шоссе в районе остановки общественного транспорта ул. Ленина (с. Сырское) по направлению движения из г. Липецк к г. Воронеж, г. Липецк, Воронежское шоссе в районе пересечения Воронежского шоссе с ул. Минская по направлению движения из г. Воронеж к г. Липецк, что привело к ограничению конкуренции,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

Обществу с ограниченной ответственностью «Мегаполис-Недвижимость» в течение 10 дней с момента получения настоящего предписания прекратить нарушение части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», выразившееся в получении преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности путем незаконного размещения рекламы на опорах знаков дорожного движения следующего содержания: «гипермаркет для дома Аршин» с указателями направления движения и расстоянием (знак **6.9.1** «Предварительный указатель направлений», **6.10.1** «Указатель направлений») по адресу: г. Липецк, а/д Орел-Тамбов (Р-119), за 300 метров до развязки с а/д Липецк-Мичуринск (Р-204), движение от Тамбова, г. Липецк, Воронежское шоссе в районе остановки общественного транспорта ул. Ленина (с. Сырское) по направлению движения из г. Липецк к г. Воронеж, г. Липецк, Воронежское шоссе в районе пересечения Воронежского шоссе с ул. Минская по направлению движения из г. Воронеж к г. Липецк, любым не противоречащим законодательством Российской Федерации способом.

О выполнении настоящего предписания письменно сообщить в антимонопольный орган не позднее пяти дней со дня его выполнения.

Предписание может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его выдачи.

Примечание. За невыполнение в установленный срок законного предписания

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 предписание антимонопольного органа.