

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ**  
**о назначении административного наказания по делу**  
**об административном правонарушении № 4-14.33-118/77-17**

**«27» февраля 2017 года**

**г. Москва**

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве (далее – Московского УФАС России) <...>, рассмотрев протокол от 13.02.2017 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.33-118/77-17, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью <...> в связи с нарушением требований статьи 14.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее — Закон о защите конкуренции), выразившегося в распространении ООО <...> ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации посредством рассылки в адрес торговых сетей и контрагентам ООО «Раменский кондитерский комбинат» писем, содержащих не соответствующую действительности информацию, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.33 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),  
в присутствии представителя <...>

**УСТАНОВИЛ:**

Решением Комиссии Московского УФАС России по рассмотрению дела № 1-14-667/77-16 о нарушении антимонопольного законодательства Российской Федерации от 02.08.2016, в действиях <...> установлен факт нарушения статьи 14.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее — Закон о защите конкуренции), выразившегося в распространении <...> ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации посредством рассылки в адрес торговых сетей и контрагентам ООО «Раменский кондитерский комбинат» писем, содержащих не соответствующую действительности информацию.

ООО «Раменский кондитерский комбинат» (место нахождения: 140152, Московская обл., Раменский р-н, д. Кузнецово, Плодоовощная база, склад № 30) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 08.01.2003 за основным государственным регистрационным номером 1035007900256, ИНН 5040052420,

КПП 504001001.

Согласно выписке из Единого государственного реестра юридических лиц, основным видом деятельности ООО «Раменский кондитерский комбинат» является производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения, код Общероссийского классификатора видов деятельности (далее — ОКВЭД) 15.81. ООО «Раменский кондитерский комбинат» также осуществляет деятельность по оптовой торговле мучными кондитерскими изделиями (код ОКВЭД 51.38.25), производство сухих хлебобулочных изделий и мучных кондитерских изделий длительного хранения (код ОКВЭД 15.82), а также деятельность по розничной торговле мучными кондитерскими изделиями (код ОКВЭД 52.24.21).

Фактическое осуществление указанной деятельности подтверждается товарными накладными № Тр-FRЮ1111/20 от 11.11.2015, № Тр-FRЮ2311/02 от 23.11.2015, согласно которым отправителем и поставщиком является ООО «Раменский кондитерский комбинат», а получателями и плательщиками ООО «Агент-Продукт», ООО «Авоська-два» соответственно.

Факт реализации ООО «Раменский кондитерский комбинат» вышепоименованной продукции подтверждается также информацией, опубликованной на официальном сайте в сети Интернет по адресу: [rkktrade.ru](http://rkktrade.ru), а также сведениями об участии Общества в продовольственных выставках и наличием информации о продукции ООО «Раменский кондитерский комбинат», в частности бисквитных пирогах, в каталогах.

<...> является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 14.08.2009 за основным государственным регистрационным номером.

Согласно сведениям, содержащимся в Едином государственном реестре юридических лиц, основным видом деятельности <...> является производство прочих пищевых продуктов, идентифицированное кодом ОКВЭД 15.8. Общество также осуществляет деятельность по производству хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения (код ОКВЭД 15.81), деятельность по производству сухих хлебобулочных изделий длительного хранения (код ОКВЭД 15.82), деятельность по оптовой торговле прочими пищевыми продуктами (код ОКВЭД 51.38).

Осуществление фактической деятельности по производству кондитерских изделий и оптовой торговле пищевыми продуктами подтверждается рядом договоров, представленных <...> в адрес Московского УФАС России.

Согласно договору поставки № 2010-03-23 от 23.03.2010, заключенному между <...> и <...>, <...> обязуется изготовить и передать в собственность ООО «Мир Бисквита» кондитерские <...> по цене, в сроки, а также способом отгрузки в соответствии с протоколом согласования цены на товар, который является неотъемлемой частью данного договора.

Согласно договору поставки № 2010-04-01 от 01.04.2010, заключенному между <...> и <...> обязуется изготовить и передать в собственность <...> кондитерские изделия в количестве, по цене, в сроки, а также способом

отгрузки в соответствии с протоколом согласования цены на товар, который является неотъемлемой частью данного договора.

Пунктом 4 статьи 4 Закона о защите конкуренции установлено, что товарным рынком является сфера обращения товара, который не может быть заменен другим товаром, или взаимозаменяемых товаров, в границах которой исходя из экономической, технической или иной возможности либо целесообразности приобретатель может приобрести товар, и такая возможность либо целесообразность отсутствует за ее пределами.

Согласно пункту 3 статьи 4 Закона о защите конкуренции, под взаимозаменяемыми товарами понимаются товары, которые могут быть сравнимы по их функциональному назначению, применению, качественным и техническим характеристикам, цене и другим параметрам таким образом, что приобретатель (как физическое, так и юридическое лицо) действительно заменяет или готов заменить один товар другим при потреблении.

В соответствии с пунктом 7 статьи 4 Закона о защите конкуренции, конкуренцией является 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.

Резюмируя изложенное, установлено, что <...> и <...> осуществляют хозяйственную деятельность на товарном рынке по производству хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения, а также по производству сухих хлебобулочных изделий длительного хранения и по оптовой торговле прочими пищевыми продуктами (кондитерскими изделиями), в том числе на территории г. Москвы, а следовательно являются конкурентами, действующими на едином товарном и географическом рынке.

Кроме того, факт наличия между <...> и <...> конкурентных отношений подтвержден решением Московского областного УФАС России по делу № 05-15/82-14 от 11.12.2015, решением Арбитражного суда г. Москвы по делу № А40-23182/2015 от 28.07.2015, постановлением Девятого арбитражного апелляционного суда по делу № 09АП-42547/2015-АК от 27.10.2015, постановлением Арбитражного суда Московского округа по делу № А40-23182/15 от 02.02.2016.

При подаче заявления в адрес Московского УФАС России <...> представлен ряд писем следующего содержания:

*«Уважаемые господа! Как Вам известно, Решением № 05/АА/16813 Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области действия ООО «Раменский кондитерский комбинат» (далее - «РКК»), связанные с введением в гражданский оборот бисквитных тортов «Baker House», были признаны актом недобросовестной конкуренции.*

*Также было вынесено предписание с требованиями:*

*(1) о прекращении РКК введения в оборот соответствующей продукции;*

(2) об изъятии такой продукции из оборота.

Решением Арбитражного суда города Москвы по делу № А40-23182/15 от 28.07.2015 указанные выше решение и предписание УФАС признаны законными и оставлены без изменения.

Настоящим информируем Вас, что Постановлением Девятого арбитражного апелляционного суда № 09АП-42547/2015-АК от 27.10.2015 указанное выше Решение Арбитражного Суда было оставлено без изменения. Данное Постановление вступило в силу в момент его принятия.

Следовательно, в настоящее время правомерность Решения № 50/АА/16813 Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области подтверждена судами двух инстанций, и оно имеет полную законную силу.

В соответствии с вышеизложенным, убедительно просим Вас:

Прекратить закупку, рекламирование, реализацию и иное введение в оборот продукции ООО «Раменский кондитерский комбинат» в виде бисквитных тортов «Baker House»;

В случае неисполнения Вашей компанией вышеуказанных действий, мы в соответствии с п. 3 ст. 37 ФЗ «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ, оставляем за собой право обратиться за защитой своих имущественных интересов в суд с требованием о возмещении понесенных нами убытков, возникших в результате противоправных действий, связанных с реализацией Вашей компанией продукции, нарушающей антимонопольное законодательство и имущественные права <...>.

В случае возникновения у Вас вопросов правового характера, связанных с рассмотренными в настоящем письме обстоятельствами, Вы можете связаться с нашими представителями Константином Суворовым ([ks@kiaplav.ru](mailto:ks@kiaplav.ru)) и Анастасией Пичугиной ([a.pichugina@kiaplav.ru](mailto:a.pichugina@kiaplav.ru)) по электронной почте или по телефону +7 (495) 660-49-09. Генеральный директор <...> ВВ. Беляков».

В материалы дела представлены копии писем, выполненных на бланках с логотипом <...>, на котором также указаны наименование юридического лица <...>, юридический адрес, адрес электронной почты, телефон, а также ОГРН, ИНН и КПП юридического лица. Всем исходящим письмам присвоен исходящий номер, который написан в верхнем левом углу первой страницы письма. Всего <...> представлено четыре письма: исх. № 1/1/15 от 26.11.2015 (Руководителю юридического отдела); исх. № 10/11/15 от 26.11.2015 (НП ТП Панорама Ритейл, Руководителю юридического отдела), исх. № 11/11/15 от 26.11.2015 (ООО «Элит», Руководителю юридического отдела); исх. № 17/11/15 от 26.11.2015 (ООО «Глобус», Руководителю юридического отдела)). Вышеуказанные письма подписаны генеральным директором <...>, на каждом имеется печать Общества. Также, установлен факт отправки письма за исх. № 18/11/15 от 26.11.15 в адрес СПАР МЛГА (вх. № 5358 от 16.02.2016).

На запрос Федеральной антимонопольной службы <...> была представлена информация, подтверждающая получение Обществом письма от <...> с исх. № 1/11/15 от 26.11.2016 и распечатка электронной переписки представителя

Общества с представителем <...> в лице Пичугиной Анастасии, продолжающей взаимодействие субъектов относительно информации, содержащейся в данном письме (вх. № 4822 от 11.02.2016).

Так, в соответствии данными документами и сведениями установлен факт ведения следующей переписки:

*«Добрый день, Константин, Анастасия.*

*Сегодня к нам поступило письмо от Вашей компании за номером № 1/11/15 от 26.11.2015 г. по поводу решения № 05/АА/16813 (пироги Раменского кондитерского комбината).*

*По итогам запроса мы получили ответ от поставщика Раменский кондитерский комбинат (смотрите ниже).*

*Возникает вопрос. Данное решение относилось к старому дизайну?*

*Спасибо»,* отправленное 04.12.2015 в 17:15 на электронные адреса [«ks@kiaplav.ru»](mailto:ks@kiaplav.ru) и [«a.pichugina@kiaplav.ru»](mailto:a.pichugina@kiaplav.ru) от [«balash@avoska.ru»](mailto:balash@avoska.ru).

Также, с данным электронным письмом в адрес <...> переслан предшествующий ответ ООО «Раменский кондитерский комбинат» следующего содержания:

*«Ольга, добрый день.*

*Продукцию в «спорном» дизайне мы не поставляем с февраля 2015 года. Примерно с того же периода нигде уже не продается продукция Каталонские пироги Раменского КК в том дизайне, относительно которого речь идет в решении и предписании.*

*Более того, обращаю Ваше внимание на некорректное толкование в указанном письме Решения УФАС к продукту Каталонские пироги <...>. Необходимо отметить, что в Решении речь идет об использовании совершенно определенного дизайна картонной упаковки, которое комиссия сочла вводящим в заблуждение относительно производителя товара. В формулировке присланного Вам письма это упоминание отсутствует, что, разумеется, не соответствует действительности и преднамеренно искажает фактический смысл предписания. Несмотря на проведение рассмотрения вопроса в Арбитражном суде и задолго до вступления в силу действия Предписания УФАС, нами была проведена работа по смене дизайна упаковки пирогов. Постановление ФАС по выводу из оборота пирогов в указанном дизайне выполнено нами, и с февраля 2015 года Каталонские пироги Baker House в спорном дизайне НЕ ПРОИЗВОДЯТСЯ И НЕ ПОСТАВЛЯЮТСЯ (в т.ч. В СЕТЬ АВОСЬКА).*

*Вместе с тем, согласно решению Арбитражного суда было также подтверждено, что наша компания осуществила действия по выводу из оборота Каталонских пирогов Baker House в старом дизайне. Указанные обстоятельства дополнительно подтверждены и определением Девятого Арбитражного апелляционного суда от 26.10.2015.*

*Фото продукции в новой упаковке во вложенном файле вместе с презентацией по рестайлингу...»*

В ответ на вышеуказанный вопрос с адреса [«a.pichugina@kiaplav.ru»](mailto:a.pichugina@kiaplav.ru) 04.12.2015 в 18:32 в адрес представителя <...> Балаш Е.М. поступило электронное

письмо следующего содержания:

*«Елена, добрый вечер!*

*К сожалению, Вам была предоставлена неверная информация.*

*В приложении Вы можете найти предписание УФАС.*

*В данном документе совершенно четко указано, что действия ООО «Раменский кондитерский комбинат», связанные с введением в гражданский оборот Продукции <...> с использованием дизайна картонной упаковки, вводят в заблуждение в отношении производителя товара и признаются актом недобросовестной конкуренции.*

*Ни одного упоминания о «старом» или «новом» дизайне упаковки в документах антимонопольного органа нет, лишь указана приведенная выше формулировка об упаковках Продукции <...>, вводящих потребителей в заблуждение.*

*Решение УФАС и предписание подтверждено судами двух инстанций.*

*Что же касается упаковки, на использование которой ссылается представитель <...> то мы считаем, что таким образом нарушение наших прав устранено не было. Наша позиция подтверждается в частности тем обстоятельством, что насколько нам известно, антимонопольное дело еще не закончено...»*

Также, Московским УФАС России установлен факт размещения <...> на своих официальных сайтах в сети Интернет по адресу [www.ferettirus.ru](http://www.ferettirus.ru) сведений, содержащих утверждение «подделки под <...> и <...> скопировал дизайн <...>», что подтверждается нотариальными протоколами осмотра сайтов от 05.08.2015 и от 20.06.2016, а также актом проверки информации в сети Интернет № 8-3 от 05.06.2016.

В частности, на сайте [www.ferettirus.ru](http://www.ferettirus.ru) в разделе «Новости» размещена следующая статья под заголовком <...> скопировал дизайн <...>:

*Федеральная антимонопольная служба уличила <...> в недобросовестной конкуренции.*

*Федеральная антимонопольная служба признала действия <...> на товарном рынке кондитерских изделий РФ, связанные с введением в гражданский оборот продукции <...> с использованием дизайна упаковки, вводящими в заблуждение в отношении производителя товара компании <...>, АКТОМ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ, противоречащим пункту 2 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».*

*Дело против <...> было возбуждено по заявлению <...> от 22 октября 2014 года, в результате выявленных ФАС, на этапе предварительной проверки, признаков нарушения антимонопольного законодательства.*

*Как стало известно, <...> при реализации бисквитного пирога <...> использует упаковку (корекс), копирующую дизайн широко известной на российском рынке упаковки компании <...>, что было признано ФАС актом недобросовестной конкуренции.*

*Согласно предписанию ФАС, направленному <...> вместе с решением,*



последний, в тридцатидневный срок с момента получения предписания, должен изъять из товарооборота бисквитные пироги <...>, дизайн упаковки которых нарушает антимонопольное законодательство РФ».

Также, на сайте [www.ferettirus.ru](http://www.ferettirus.ru) в разделе новости содержится следующая информация: «Подделки под <...> предписаны к выводу в торговых точках. Арбитражный суд г. Москвы подтвердил решение ФАС о недобросовестной конкуренции со стороны <...>».

При нажатии на заголовок, открывается полный текст заметки следующего содержания: «Решением Арбитражного суда г. Москвы от 28.07.2015 было отклонено заявление <...> по обжалованию решения Управления Федеральной антимонопольной службы».

В ноябре 2014 г. ФАС признала действия <...>, связанные с введением в гражданский оборот продукции <...> с использованием дизайна упаковки, вводящими в заблуждение в отношении производителя товара компании <...>, АКТОМ НЕДОБРОСЕВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ, противоречащим пункту 2 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции». Согласно предписанию ФАС, направленному <...> вместе с решением, последний, в тридцатидневный срок с момента получения предписания, должен был изъять из товарооборота бисквитные пироги <...>, дизайн упаковки которых нарушает антимонопольное законодательство РФ.

Не согласившись с указанным решением и предписанием, <...> обратились в арбитражный суд г. Москвы, комиссия которого установила, что в действиях <...> присутствуют все признаки недобросовестной конкуренции, указанные в пункте 9 статьи 4 Закона «О защите конкуренции».

Арбитражный суд г. Москвы пришел к выводу, что комиссия УФАС по Московской области в пределах предоставленных ей законом полномочий правомерно и обоснованно приняла Решение о признании ООО «Раменский кондитерский комбинат» нарушившим пункт 2 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции». Суд решил отказать ООО «Раменский кондитерский комбинат» в удовлетворении заявления о признании недействительными решения и предписания Управления федеральной антимонопольной службы по Московской области от 11.12.2014г.

Таким образом является действительным предписание ФАС от 11.12.2014 о выводе из гражданского оборота на территории РФ бисквитных пирогов «Baker House» с использованием дизайна картонной упаковки, вводящего в заблуждение в отношении производителя товара».

Новости, согласно данным на сайте, опубликованы 22.01.2015 и 05.08.2015, и сообщают о том, что продукция ООО «Раменский кондитерский комбинат», согласно актам антимонопольного органа, скопирована с продукции «Faretti» и является подделкой.

В соответствии с пунктом 9.1 Письма ФАС России от 24.12.2015 № ИА/74666/15 «О применении «четвертого антимонопольного пакета», под распространением информации понимаются любые действия, в результате которых информация стала известна третьим лицам (хотя бы одному).

Форма распространения информации в данном случае не имеет значения - это может быть публичное выступление, публикация в средствах массовой информации, интервью, направление деловых писем и т.п.

Аналогичная позиция содержится в пункте 7 постановления Пленума Верховного суда № 3 от 24.02.2005 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц», где под распространением сведений, порочащих честь и достоинство граждан или деловую репутацию граждан и юридических лиц, понимается опубликование таких сведений в печати, трансляция по радио и телевидению, демонстрация в кинохроникальных программах и других средствах массовой информации, распространение в сети Интернет, а также с использованием иных средств телекоммуникационной связи, изложение в служебных характеристиках, публичных выступлениях, заявлениях, адресованных должностным лицам, или сообщение в той или иной, в том числе устной, форме хотя бы одному лицу.

Для установления факта распространения той или иной информации субъектом, необходимым фактором является ее распространение каким-либо способом доступным для фиксации.

Кроме того, в данном случае, при установлении признаков недобросовестной конкуренции обязательным для установления является и факт распространения дискредитирующей информации конкретным лицом, а также то, что такая информация распространяется в отношении определенного субъекта-конкурента.

В целях установить факт распространения вышеупомянутых писем третьим лицам, Московским УФАС России был проведен опрос торговых сетей путем отправки в их адреса запросов информации с предложением подтвердить или опровергнуть факт поступления в их адрес писем указанного выше или аналогичного содержания.

Факт получения рассмотренных выше писем был подтвержден <...>, <...> (дополнительное письмо исх. № 18/11/15 от 26.11.2015) и <...> (вх. № 5358 от 16.02.2016, вх. № 6737 от 26.02.2016, вх. № 7077 от 29.02.2016 — соответственно), а также <...> указано на ведение вышеупомянутой электронной переписки.

Таким образом, исходя из вышеизложенного, а также учитывая позиции Федеральной антимонопольной службы и Верховного Суда Российской Федерации, должностным лицом Московского УФАС России доказан факт распространения рассматриваемых в рамках настоящего дела сведений <...>.

Полномочия <...>, чье имя фигурирует в электронной переписке с представителем <...>, подтверждены копией доверенности представленной <...> в материалы настоящего дела, а также, неоднократным указанием <...> в качестве представителя <...> в судебных актах, имеющихся в материалах дела.

В соответствии с данными, представленными <...>, администратором домена <...> является <...>.

Положения статьи 2 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ



«Об информации, информационных технологиях и о защите информации» устанавливают, что сайтом в сети «Интернет» является совокупность программ для электронных вычислительных машин и иной информации, содержащейся в информационной системе, доступ к которой обеспечивается через сеть «Интернет» по доменным именам и (или) по сетевым адресам, позволяющим идентифицировать сайты в сети «Интернет». Доменным именем является обозначение символами, предназначенное для адресации сайтов в сети «Интернет» в целях обеспечения доступа к информации, размещенной в сети «Интернет». Владелец сайта в сети «Интернет» — это лицо, самостоятельно и по своему усмотрению определяющее порядок использования сайта в сети «Интернет», в том числе порядок размещения информации на таком сайте.

Таким образом, <...> является лицом, определившим содержание информации, распространяемой посредством сайта <...>

На основании изложенного, установлен факт распространения рассматриваемой в рамках настоящего дела информации именно <...> и/или его должностными лицами и представителями.

В соответствии со статьей 14.1 Закона о защите конкуренции, не допускается недобросовестная конкуренция в форме дискредитации. При этом под дискредитацией понимается распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту и (или) нанести ущерб его деловой репутации.

В соответствии с пунктом 9.1 Письма ФАС России от 24.12.2015 № ИА/74666/15 «О применении «четвертого антимонопольного пакета», можно выделить три признака недобросовестной конкуренции в форме дискредитации: распространение информации, ее недостоверность (ложность, неточность, искаженность) и причинение вреда (ущерба деловой репутации).

Согласно пункту 9.1 вышеуказанного письма, ложность означает полное несоответствие информации действительному положению дел; под искаженностью понимается интерпретация хозяйствующим субъектом информации о существующем или состоявшемся факте, действии, событии применительно к хозяйствующему субъекту-конкуренту в такой форме, которая приведет к ее неверному, негативному восприятию третьими лицами, включая потребителей; неточностью является распространение хозяйствующим субъектом информации о хозяйствующем субъекте-конкуренте не в полном объеме, что не позволяет всесторонне ее воспринять, получить исчерпывающе верное представление об излагаемых факте, действии или событии применительно к данному хозяйствующему субъекту.

По мнению должностного лица Московского УФАС России, при оценке ложности, неточности или искаженности распространенных сведений, повлекших причинение убытков хозяйствующему субъекту и (или) нанесение ущерба его деловой репутации, а также создавшие возможность наступления таких последствий, необходимо придерживаться позиции аналогичной той, что содержится в статье 152 Гражданского кодекса Российской Федерации.

В частности согласно пункту 1 указанной статьи, распространенные

сведения считаются ложными до тех пор пока лицо их распространившее не докажет обратное. Данный вывод основан в том числе на том, что возложение на лицо, которому распространены сведения причиняют убытки или наносят ущерб деловой репутации, обязанности доказать их ложность, было бы неправомерно и противоречило бы общим принципам гражданского законодательства.

Кроме того, в условиях конкуренции, когда распространение информации является одним из действенных способов привлечения потребителей и/или контрагентов, обязанность каждого субъекта иметь доказательства своих утверждений является необходимым условием нормального функционирования рынка.

Тем самым, должностное лицо административного органа приходит к выводу о том, что получение лицом, распространившим информацию, подтверждения действительности сообщаемых им сведений должно предшествовать такому распространению. Обратное противоречило бы вышеизложенному подходу.

Необходимым условием признания факта дискредитации конкурента является тот эффект, произведенный на восприятие определенных обстоятельств, который окажут действия хозяйствующего субъекта. А именно, у контрагента должно сложиться ложное впечатление относительно действительной ситуации, что потенциально (либо реально) может привести к получению лицом, распространившим такую информацию, необоснованного преимущества на товарном рынке.

Кроме того, имеет значение не только само содержание распространяемой информации, которое может дискредитировать субъекта-конкурента, но и форма распространения информации. Так, по существу сведения, сообщенные третьим лицам, сами по себе могут соответствовать действительности. Однако, способ их подачи, а равно их дальнейшее восприятие получателями также может необоснованно дискредитировать конкурента.

В целях установления существующего на момент распространения информации реального положения, а равно в целях определить соответствие либо несоответствие рассматриваемой информации действительности, должностное лицо Московского УФАС России считает необходимым восстановить хронологию событий, предшествующих распространению спорных писем, и как следствие, приведших к возбуждению настоящего дела.

В декабре 2014 года Управление Федеральной антимонопольной службы по Московской области своим решением по делу № 05-15/82-14 от 11.12.2015 (далее — решение Московского областного УФАС России) установило в действиях ООО «Раменский кондитерский комбинат» нарушение пункта 2 части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции, выразившееся во введении в гражданский оборот на территории Российской Федерации бисквитных пирогов «Baker House» с использованием дизайна картонной этикетки, вводящего в заблуждение относительно производителя товара.

В частности, Московским областным УФАС России исследовался вопрос, в

том числе, относительно сходства до степени смешения оформления упаковки пирогов <...> с оформлением упаковки пирогов <...>.

На основании вышеизложенного, Комиссия Московского областного УФАС России делает вывод о том, что действия <...> по введению в гражданский оборот на территории Российской Федерации продукции <...> с использованием дизайнерских решений, применяемых <...> при оформлении нанесением на нее изобразительными и шрифтовыми элементами оформления продукции <...>, привели к смешению продукции разных производителей, что вводит потребителей в заблуждение в отношении производителя продукции.

Таким образом, Решением по делу № 05-15/82-14 о нарушении антимонопольного законодательства от 11.12.2015 Комиссия Московского областного УФАС России признала действия ООО «Раменский кондитерский комбинат» на товарном рынке кондитерских изделий Российской Федерации, связанные с введением в гражданский оборот продукции «Baker House» с использованием дизайна картонной упаковки, вводящего в заблуждение в отношении производителя товара, актом недобросовестной конкуренции, противоречащим пункту 2 части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции.

На основании данного решения Московским областным УФАС России выдано предписание ООО «Раменский кондитерский комбинат» о прекращении нарушения пункта 2 части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции в части введения в гражданский оборот на территории Российской Федерации бисквитных пирогов «Baker House» с использованием дизайна картонной упаковки, вводящего в заблуждение в отношении производителя товара, а также о необходимости совершения действий направленных на изъятие из товарооборота указанной продукции.

В ходе рассмотрения 02.08.2016 жалобы ООО «Раменский кондитерский комбинат» Московским УФАС России установлено, что предметом рассмотрения антимонопольного дела № 05-15/82-14 в Московском областном УФАС России был конкретный дизайн картонной упаковки бисквитных пирогов (с использованием дизайнерских решений, нанесением на нее изобразительных и шрифтовых элементов оформления продукции).

Резолютивная часть упомянутого решения Московского областного УФАС России, а также предписание по делу № 05-15/82-14 содержат в себе указание на нарушение антимонопольного законодательства ответчиком по делу исключительно в введении в гражданский оборот продукции «Baker House» с использованием дизайна картонной упаковки, вводящего в заблуждение в отношении производителя товара.

Таким образом, в отношении иных элементов внешнего вида упаковки продукции ООО «Раменский кондитерский комбинат», в том виде, в каком она существовала на момент выявления Московским областным УФАС России нарушения антимонопольного законодательства, Московским областным УФАС России правоприменительных выводов не делалось.

Решение и предписание Московского областного УФАС России в дальнейшем обжаловались ООО «Раменский кондитерский комбинат» в судебном

порядке. Судами трех инстанций акты антимонопольного органа были признаны законными и обоснованными.

В целях исполнения указанных выше решения и предписания Московского областного УФАС России, ООО «Раменский кондитерский комбинат» был разработан новый дизайн упаковки бисквитных пирогов. В целях предотвращения возможного смешения нового дизайна этикеток пирогов «Baker House» и «Feretti» образцы новых этикеток пирогов «Baker House» были предоставлены патентному поверенному для исследования этикеток на предмет сходства до степени смешения, в результате которого установлено, что этикетки не являются сходными и не могут ввести потребителей в заблуждение относительно производителя пирогов (заключение патентного поверенного Стрелкова А.Л. от 13.02.2015).

Кроме того, факт введения в оборот <...> бисквитных пирогов <...> с картонной этикеткой в новом дизайне подтверждается письмами контрагентов Общества: <...> от 05.02.2015, <...> от 09.02.2015, <...> от 10.02.2015, <...> от 11.02.2015, <...> от 13.02.2015, <...> от 19.02.2015, представленными в материалы дела.

Также, в материалах дела имеется подтверждение продвижения ООО «Раменский кондитерский комбинат» своей продукции в новом дизайне, а именно, изображения продукции <...> (в новом дизайне) были размещены в каталоге продуктов питания <...> лето 2015 № 54, осень 2015 № 55, зима 2015 № 56, в каталоге <...> 2016. Продукция Общества в обновленном дизайне, признанном не сходным до степени смешения с дизайном упаковок <...>, была также представлена на выставке <...>.

Факт осуществления <...> действий по выводу из оборота товаров в старом дизайне (признанном актом недобросовестной конкуренции) и изменению дизайна спорного продукта также подтвержден выводами Арбитражного суда города Москвы в его решении по делу № А40-23182/2015 от 28.07.2015. Изложенная позиция также поддержана судами вышестоящих инстанций при рассмотрении апелляционной, а затем кассационной жалоб на решение Арбитражного суда города Москвы по делу № А40-23182/2015 от 28.07.2015 (Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда № 09АП-42547/2015-АК от 27.10.2015, Постановление Арбитражного суда Московского округа по делу № А40-23182/2015 от 02.02.2016).

<...> участвовало в указанных выше судебных разбирательствах в качестве третьего лица и, соответственно, было осведомлено об установлении судами факта предприятия <...> действий по выводу из оборота продукции в упаковке, вводящей потребителя в заблуждение, а равно действий, направленных на исполнение предписания Московского областного УФАС России по делу № 05-15/82-14.

В соответствии с письмом Московского областного УФАС России (вх. № 4161 от 06.02.2016), в его адрес от <...> 03.11.2015 направлены документы, свидетельствующие об исполнении Обществом предписания по делу № 05-15/82-14 от 11.12.2014.

26.11.2015 от <...> в адрес торговых сетей и контрагентам <...> были распространены сведения приведенного выше содержания.

04.12.2015 <...> в адрес Московского областного УФАС России направило дополнения к предшествующему сообщению об исполнении предписания антимонопольного органа.

Также, 04.12.2015 состоялась электронная переписка между представителем <...> и <...>.

Антимонопольным органом были предприняты действия по проверке соответствия сообщенных <...> сведений требованиям, изложенным в предписании, в том числе 18.12.2015 Московским областным УФАС России направлен запрос информации в адрес Федеральной службы по интеллектуальной собственности с просьбой выразить мнение относительно наличия/отсутствия сходства до степени смешения внешнего оформления обновленной упаковки бисквитных пирогов, производителем которой является <...>, с оформлением упаковки бисквитных пирогов <...>.

30.12.2015 Московское областное УФАС России сообщило, что считает предписание выданное им по делу № 05-15/82-14 от 11.12.2014, исполненным 03.11.2015.

13.01.2016 в Московское областное УФАС России от Федеральной службы по интеллектуальной собственности поступил ответ на вышеуказанный запрос, в котором содержался вывод об отсутствии сходства до степени смешения между представленными обозначениями поскольку они не ассоциируются друг с другом в целом в силу несходства словесных и изобразительных элементов.

Таким образом, достоверно установлено, что Предписание антимонопольного органа по делу по делу № 05-15/82-14 от 11.12.2014 надлежащим образом исполнено <...> в установленный для этого антимонопольным органом срок.

При этом необходимо отметить, что единственным лицом, в чьей компетенции находится вопрос контроля исполнения предписания, является антимонопольный орган, его выдавший, но не хозяйствующий субъект, в защиту прав которого, по мнению <...>, такое предписание было выдано.

Данный вывод основан на положениях части 1 статьи 51 Закона о защите конкуренции, а также пункта 3.167 «Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по возбуждению и рассмотрению дел о нарушениях антимонопольного законодательства Российской Федерации», утвержденного Приказом ФАС России от 25.05.2012 № 339 (далее — Административный регламент), согласно которым контроль за исполнением выданных предписаний осуществляет антимонопольный орган.

Вместе с тем, Московским УФАС России установлено, что в соответствии с информацией из открытых источников, в том числе на сайте в сети Интернет по адресу [rkktrade.ru](http://rkktrade.ru), срок хранения бисквитных пирогов <...> составляет 6 (шесть) месяцев.

Учитывая установленный факт о начале выпуска <...> продукции в новом дизайне с февраля 2015, на момент, когда наступил срок исполнения предписания, а именно 26.11.2015, продукция, упаковка которой была признана нарушающей

антимонопольное законодательство, не могла находиться в гражданском обороте.

Таким образом, установлена последовательность событий, имеющих значение для объективного рассмотрения данного дела, а также действий лиц, в нем участвующих. На основании описанных выше действий в дальнейшем последовательно исследуется непосредственно содержание распространенных <...> сведений.

Письма под исходящими номерами 1/11/15, 10/11/15, 11/11/15, 17/11/15, 18/77/15 от 26.11.2015 открывались следующей фразой:

*«Уважаемые господа! Как Вам известно, Решением № 05/АА/16813 Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области действия <...>, связанные с введением в гражданский оборот бисквитных тортов <...>, были признаны актом недобросовестной конкуренции...».*

В данной фразе присутствует искажение доводимой до третьих лиц информации в части отсутствия ссылки, содержащейся в Решении Комиссии Московского областного УФАС России по делу № 05-15/82-14, на конкретный дизайн упаковки упомянутых бисквитных пирогов.

Как приведено выше, резолютивная часть решения содержит следующую формулировку: «связанные с введением в гражданский оборот продукции <...> с использованием дизайна картонной упаковки, вводящего в заблуждение в отношении производителя товара».

Таким образом, умолчав в своем письме о конкретике решения антимонопольного органа, <...> создало опасность неверного восприятия получателями такой информации действительных фактов. В частности, при прочтении фразы в той форме и в том объеме, в котором она была доведена до контрагентов, может создаться впечатление о признании Московским областным УФАС России недобросовестной конкуренцией самого по себе факта введения бисквитных пирогов <...> в гражданский оборот.

Тем самым, <...> сообщило об имевшем место факте, а именно о Решении Московского областного УФАС России.

Однако, данные сведения изложены в неполной, некорректной форме, что привело к искажению смысла реальных обстоятельств.

Далее содержится следующая фраза:

*«...Также было вынесено предписание с требованиями:*

*(3) о прекращении РКК введения в оборот соответствующей продукции;*

*(4) об изъятии такой продукции из оборота...»*

В приведенном отрывке письма продолжается описание той продукции, введение которой Управлением Федеральной антимонопольной службы по Московской области было признано актом недобросовестной конкуренции.

В данном случае, также отсутствует указание на требование антимонопольного органа по прекращению нарушения пункта 2 части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции в части введения в гражданский оборот на территории Российской Федерации <...> именно с использованием дизайна картонной упаковки, вводящего в заблуждение в отношении производителя



товара, а также изъятия из товарооборота именно этой продукции, а не любых бисквитных пирогов <...>.

В дальнейшем <...> приводит информацию о поддержании позиции антимонопольного органа судами: «...*Решением Арбитражного суда города Москвы по делу № А40-23182/15 от 28.07.2015 указанные выше решение и предписание УФАС признаны законными и оставлены без изменения.*

*Настоящим информируем Вас, что Постановлением Девятого арбитражного апелляционного суда № 09АП-42547/2015-АК от 27.10.2015 указанное выше Решение Арбитражного Суда было оставлено без изменения. Данное Постановление вступило в силу в момент его принятия.*

*Следовательно, в настоящее время правомерность Решения № 50/АА/16813 Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области подтверждена судами двух инстанций, и оно имеет полную законную силу...».*

Вырванные из контекста письма приведенные выше сведения соответствуют действительности и не являются ни ложными, ни искаженными, ни неточными.

Однако при последовательном прочтении указанных отрывков письма, следует логичный вывод о том, что судами установлена правомерность решения Московского областного УФАС России в отношении факта введения в гражданский оборот <...> бисквитных тортов <...> в целом, а также требование о необходимости совершить целенаправленные действия по выводу такой продукции из оборота.

Кроме того, при упоминании продукции <...> неоднократно использует слово «торты», в то время как предметом рассмотрения антимонопольного дела в Московском областном УФАС России являлись бисквитные пироги, о чем сам Ответчик сообщает в своих письменных пояснениях: «Содержание понятия Продукция <...> приведено в абзаце восьмом на странице 3 решения УФАС Московской области — это бисквитные пироги <...> в пластиковых упаковках с использованием картонной этикетки с нанесенными на нее изобразительными и шрифтовыми элементами оформления».

Таким образом, речь о добросовестном заблуждении Общества идти не может.

Номенклатура продукции <...> предусматривает множество наименований разного рода товаров: пироги, пирожные, торты и т. п. Использование в отношении продукции, дизайн которой признан сходным до степени смешения с продукцией <...>, иного наименования, отличного от того, которым в своих актах оперирует антимонопольный орган, может повлечь за собой смешение товаров различного рода, а равно привести к необоснованному отказу торговых сетей от закупки и реализации товаров, которые не являлись предметом рассмотрения антимонопольного дела № 05-15/82-14 и в отношении которых не устанавливался акт недобросовестной конкуренции, а равно привести к необоснованным убыткам <...>.

Таким образом, изначально распространяя письмо, в котором идет речь о совершенно другой продукции, нежели была предметом рассмотрения антимонопольного дела в Московском областном УФАС России, <...> доводит до

контрагентов <...> ложную информацию.

Следовательно, уже первичное распространение информации в таком виде, в каком оно было доведено до третьих лиц, является дискредитацией конкурента, а равно нарушает положение статьи 14.1 Закона о защите конкуренции. Дальнейшее же комментирование рассматриваемых писем относительно «старого» и «нового» дизайна, которое рассматривается ниже, само по себе является искажением действительности, так как априори относится не к той продукции, производство и реализация которой признана актом недобросовестной конкуренции.

Таким образом, детально проанализировав распространенные письма, их отдельные части, а также всю содержащуюся в них информацию в совокупности, должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу о том, что подобное искажение фактов со стороны <...> является прямым злоупотреблением правом и, как следствие, может привести уже к нарушению прав <...>.

В отношении электронной переписки представителя <...> и <...> должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу о том, что, оценивая соответствие действительности сообщенных в электронном письме <...> сведений, необходимо учитывать предшествующий данному письму вопрос представителя <...>, а также пересланное электронное письмо представителя <...>.

Так, получив от <...> письмо рассмотренного выше содержания и признанного Московским УФАС России содержащим искаженные сведения, представитель <...> обратился за разъяснениями сложившейся ситуации к своему контрагенту — <...>.

В ответ <...> были получены разъяснения относительно того, что решение и предписание антимонопольного органа относится к определенному дизайну упаковки бисквитных пирогов <...>, указано на отсутствие подобной информации в письме <...>, а также сообщено, что признанные Московским областным УФАС России действия по введению в гражданский оборот бисквитных пирогов в дизайне упаковки сходной до степени смешения с дизайном упаковки бисквитных пирогов <...> прекращены.

Комментируя данную информацию, представитель <...> <...> сообщает следующее: *«...К сожалению, Вам была предоставлена неверная информация.*

*В приложении Вы можете найти предписание УФАС.*

*В данном документе совершенно четко указано, что действия <...>, связанные с введением в гражданский оборот Продукции <...> с использованием дизайна картонной упаковки, вводят в заблуждение в отношении производителя товара и признаются актом недобросовестной конкуренции...»*

При повторном цитировании резолютивной части Решения по делу № 05-15/82-14 <...> использует не полную формулировку, представленную антимонопольным органом в своем решении. В частности, отсутствует указание на то, что не в принципе введение продукции <...> с использованием картонной упаковки является нарушением антимонопольного законодательства, а лишь использование картонной упаковки в дизайне, признанном сходным до степени смешения с дизайном упаковки бисквитных пирогов <...> и являвшимся предметом рассмотрения в рамках дела № 05-15/82-14.

*Ни одного упоминания о «старом» или «новом» дизайне упаковки в документах антимонопольного органа нет, лишь указана приведенная выше формулировка об упаковках Производства <...>, вводящих потребителей в заблуждение...».*

В данном случае, искажающей действительность является не сама информация, содержащаяся в электронном письме, а форма ее изложения, которая, в свою очередь, создает впечатление, что любое введение <...> с использованием любого дизайна картонной упаковки признано антимонопольным органом актом недобросовестной конкуренции и такая продукция подлежит выводу из оборота.

Сам же факт отрицания <...> возможности появления продукции <...> в новом дизайне создает впечатление, что любое изменение дизайна картонной упаковки не будет являться надлежащим исполнением предписания по делу № 05-15/82-14.

Однако в письме представителя <...> говорится о конкретном, спорном дизайне. Слово «старый» в отношении дизайна упаковки упоминается лишь единожды в заключении письма. Информация относительно распространения решения и предписания на конкретный дизайн, признанный сходным до степени смешения с дизайном упаковок продукции <...>, ни подтверждена, ни опровергнута <...>. Представителем Общества лишь высказано мнение о том, что даже смена дизайна упаковки не прекращает нарушение прав <...>.

Также, в рассматриваемом электронном письме содержится утверждение о том, что антимонопольное дело не закончено. В соответствии с частью 2 статьи 49 Закона о защите конкуренции, датой принятия решения антимонопольного органа считается дата его изготовления в полном объеме. Решение Московского областного УФАС России по делу № 05-15/82-14 было принято 11.12.2014, и на момент рассматриваемой электронной переписки 04.12.2015 уже было подтверждено судами двух инстанций, о чем <...> было достоверно известно. Факт ложности данного высказывания при рассмотрении жалобы 02.08.2016 <...> не оспаривается.

<...> при рассмотрении жалобы также было отмечено, что в целях прояснения ситуации ко всем письмам были приложены полные тексты решений как антимонопольного органа, так и судов. Однако, из данных текстов следует о наличии претензий со стороны Московского областного УФАС России к определенному дизайну картонной упаковки бисквитных пирогов <...>.

Должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу, что в данном случае указанные действия не исключают факт содержания в самом тексте писем (как бумажных, так и электронных) искаженной и неточной информации относительно продукции <...>. Получатели писем могут не располагать специальными навыками, чтобы различить юридические тонкости, изложенные в решении антимонопольного органа и судебных актах, а потому, будучи заинтересованным в осуществлении своей деятельности без чьих-либо претензий, могут предпочесть именно ту интерпретацию, которую предложил <...>.

О верности выводов также свидетельствует то, что при наличии прямого

вопроса со стороны получателя письма, распространяются ли упомянутые решения на новый дизайн упаковок, представителем <...> указано, что в текстах актов антимонопольного органа не сказано о конкретном дизайне. Данный вывод <...> не соответствует действительности и неоднократно подтвержден судами.

Таким образом, в данном случае искажающей действительность является именно форма подачи информации. В частности, комментарии решения и предписания антимонопольного органа и судебных актов, данные <...>, и их интерпретация Обществом.

Относительно информации, распространенной <...> на сайте [www.ferettirus.ru](http://www.ferettirus.ru), должностное лицо Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

Само по себе происхождение слова «подделка» отсылает к слову «подлинность», что означает нечто настоящее, созданное вновь, оригинальное.

Комиссией Московского областного УФАС России установлено, что <...> вводит в гражданский оборот на территории Российской Федерации продукцию <...> с марта 2010 года. <...> вводит продукцию <...> в гражданский оборот на территории Российской Федерации с октября 2011 года.

Также, Комиссией Московского областного УФАС России установлено, что <...> производит и реализует на территории Российской Федерации бисквитные торты <...> в пластиковых упаковках, права на которые защищены патентом по свидетельству 74428.

<...> использует пластиковую упаковку бисквитных пирогов <...> на основании лицензионного договора от 27.06.2016 № РД0126537, заключенного с <...>. На основании указанного договора <...> предоставлено право использования упаковочного контейнера, защищенного патентом на полезную модель № 116477 (МПК В65D85/00, дата начала отсчета срока действия патента 29.12.2011).

В ходе административного производства по делу № 05-15/82-14 Комиссия Московского областного УФАС России исследовала вопрос сходства до степени смешения упаковок бисквитных пирогов <...> и <...>. В целях выяснения данного обстоятельства, в том числе, было проанализировано социологическое исследование, проведенное ОАО «Всероссийский центр изучения общественного мнения», в рамках которого было установлено, что упаковки бисквитных пирогов <...> и <...> схожи по внешнему виду и могут ввести потребителя в заблуждение относительно производителя продукции.

Вопрос о нарушении <...> пункта 4 части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции (в редакции закона действовавшего на момент рассмотрения антимонопольного дела № 05-15/82-14) в отношении использования патентов не поднимался и не рассматривался, а следовательно нарушение данной нормы в действиях <...> установлено не было.

Таким образом, из решения Комиссии Московского областного УФАС России следует, что как <...>, так и <...> выпускают свою продукцию в похожих упаковках.

Однако, из данного решения также следует, что продукция <...> является

оригинальной и подлинной по своей сути.

Использование на сайте [www.ferettirus.ru](http://www.ferettirus.ru) приведенных выше формулировок, в частности в заголовках новостей, которые фактически определяют направленность содержания дальнейшего текста, производит впечатление о целенаправленной имитации <...> продукции <...> в целом.

В частности, использование слов «подделка под <...> формирует впечатление о совокупной схожести товаров <...> и <...>, в то время когда вопрос относительно содержимого упаковок не поднимался ни в рамках антимонопольного дела, рассмотренного Московским областным УФАС России, ни в рамках дальнейшего обжалования Решения Комиссии в судах.

Вместе с тем, сама по себе продукция (бисквитные пироги) <...> является оригинальной, подлинной и не признавалась уполномоченными органами копирующей или целенаправленно эмитирующей продукцию «Faretti», в том числе и контрафактом.

При использовании слова «подделка», имеющего в словарном контексте множество трактовок, <...> не учитывается контекст данного слова, используемый в нормативных актах, в том числе в Уголовном кодексе, Кодексе Российской Федерации об административных правонарушениях, Федеральном законе от 17.07.1999 № 176-ФЗ «О почтовой связи» и т.д.

Так, в перечисленных выше актах, слово «подделка» используется в значении чего-либо, сделанного без соблюдения установленных правил, некачественно, а возможно и являющееся опасным для жизни, здоровья.

Таким образом, Московское УФАС России приходит к выводу о недопустимости использования подобного определения продукции <...> в отсутствие у <...> бесспорных оснований высказывать данные суждения. Подобные действия не являются подтвержденными, а равно, в данном случае, являются неточными, и искажают выводы антимонопольного органа.

Необходимо отметить, что из определения недобросовестной конкуренции, изложенного в пункте 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции, анализа части 1 статьи 14 названного закона, следует, что данная норма не указывает на обязательное причинение убытков как на обстоятельство, устанавливающее факт недобросовестной конкуренции. Для признания указанного факта достаточно наличия доказательств самой возможности причинения убытков.

Тексты писем, распространенные <...> в адрес контрагентов <...> в полной мере свидетельствуют о намерении отправителя определенным образом исказить сведения, которые действительно содержались в актах Московского областного УФАС России и судов, а следовательно нанести <...> определенный ущерб. Также о возможности наступления для <...> неблагоприятных последствий в виде возникновения затруднений при заключении договоров на поставку своей продукции торговым сетям свидетельствует электронная переписка с представителем <...> и отказ компании <...> от закупок бисквитных пирогов <...>.

Кроме того, возникновение у Заявителя затруднений при ведении

отношений с контрагентами вследствие распространения рассматриваемых писем, а также их дальнейшего комментирования уполномоченными представителями <...> подтверждается имеющейся в материалах дела электронной переписке между представителями <...> и <...>:

*«Елена, доброе утро. Спорные моменты так и остались нерешенными. Позиция наших юристов — обезопасить сеть от каких-либо судебных дел. Ниже ответ от <...>, которое выслала нам данное решение и предписало в самое короткое время снять с реализации товар, в противном случае они и нас привлекут к данной «тяжбе». В связи с этим, прошу Вас либо опять опровергнуть их замечания, либо мы вынуждены будем прекратить поставки, пока дело окончательно не разрешится. Спасибо»*, поступившее 07.12.2015 на адрес <...> от отправителя <...>.

При этом, распространение со стороны <...> рассматриваемой в рамках настоящего дела информации повлекло за собой вынужденную обязанность <...> доказывать несоответствие такой информации действительности, что прямо следует из вышеприведенного электронного письма от контрагента Общества.

Данные обстоятельства не соответствуют приведенной ранее позиции относительно возложения обязанности доказывать достоверность распространенных сведений на лицо, такие сведения распространившее, а не их ложность - на лицо, от распространения таких сведений страдающее.

Также, каких-либо действий по информированию торговых сетей путем рассылки писем или размещения сведений на сайте о факте исполнения <...>, а равно о том, что содержащаяся в письмах информация перестала быть актуальной (а на момент отправки писем 26.11.2016 и не была соответствующей действительности), <...> предпринято не было.

Данный факт, свидетельствует о недобросовестном поведении <...>.

Таким образом, в рамках настоящего дела должностным Московского УФАС России в действиях <...> установлены все необходимые признаки самого акта недобросовестной конкуренции, которые должны:

- совершаться хозяйствующим субъектом-конкурентом;
- противоречить законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости;
- быть направленными на получение преимуществ в предпринимательской деятельности;
- причинить или быть способными причинить убытки другим хозяйствующим субъектам-конкурентам, либо нанесли или быть способными нанести вред их деловой репутации.

Таким образом, установлены все обстоятельства, необходимые для квалификации вышеуказанных действий по статье 14.1 Закона о защите конкуренции, запрещающей недобросовестную конкуренцию в форме дискредитации, то есть распространения ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту и (или)



нанести ущерб его деловой репутации:

- факт распространения <...> информации о <...> и его товаре;
- ложность, неточность и искаженность распространенных сведений;
- возможность получения <...> преимуществ перед конкурентами в силу создания возможности перераспределения прибыли на товарном рынке кондитерских изделий, в частности бисквитных пирогов;
- способность указанных действий причинить убытки <...> и/или нанести ущерб его деловой репутации.

Резюмируя изложенное, действия <...> содержат все необходимые признаки для квалификации действий общества в качестве нарушающих пункт 3 части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции.

При рассмотрении настоящего дела представителем <...> не представлено каких-либо доводов и объяснений по существу вменяемого Обществу административного правонарушения.

Местом совершения административного правонарушения с учетом местонахождения <...> является г. Москва.

Временем выявления административного правонарушения является дата вынесения Комиссией Московского УФАС России Решения об установлении факта нарушения статьи 14.1 Закона о защите конкуренции — 02.08.2016.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ, административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии с частью 2 статьи 2.1 КоАП РФ, юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Виновные действия <...> состоят в нарушении требований статьи 14.1 Закона о защите конкуренции, выразившегося в распространении <...> ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации посредством рассылки в адрес торговых сетей и контрагентам <...> писем, содержащих не соответствующую действительности информацию.

Обстоятельств, свидетельствующих о невозможности соблюдения <...> указанных требований, не установлено.

В соответствии с частью 1 статьи 14.33 КоАП РФ, недобросовестная конкуренция, если эти действия не содержат уголовно наказуемого деяния, влечет наложение административного штрафа на должностных лиц — от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; юридических лиц — от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

В соответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ, при назначении

административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

В соответствии с пунктом 4 примечания к статье 14.31 КоАП РФ, за совершение административного правонарушения, предусмотренного статьей 14.33 КоАП РФ, при отсутствии обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность, административный штраф налагается на юридическое лицо в размере суммы минимального размера административного штрафа, предусмотренного за совершение данного административного правонарушения, и половины разности максимального размера административного штрафа, предусмотренного за совершение данного административного правонарушения, и минимального размера административного штрафа, предусмотренного за совершение данного административного правонарушения. При наличии обстоятельств, предусмотренных пунктами 5 и 6 части 1 статьи 4.2 КоАП РФ, административный штраф налагается на юридическое лицо в размере суммы минимального размера административного штрафа, предусмотренного за совершение данного административного правонарушения. При наличии обстоятельств, смягчающих административную ответственность, за исключением обстоятельств, предусмотренных пунктами 5 и 6 части 1 статьи 4.2 КоАП РФ, размер административного штрафа, налагаемого на юридическое лицо, подлежит уменьшению за каждое такое обстоятельство на одну восьмую разности максимального размера административного штрафа, предусмотренного за совершение данного административного правонарушения, и минимального размера административного штрафа, предусмотренного за совершение данного административного правонарушения. При наличии обстоятельств, отягчающих административную ответственность, размер административного штрафа, налагаемого на юридическое лицо, подлежит увеличению за каждое такое обстоятельство на одну восьмую разности максимального размера административного штрафа, предусмотренного за совершение данного административного правонарушения, и минимального размера административного штрафа, предусмотренного за совершение данного административного правонарушения.

Согласно пункту 7 части 1 статьи 4.2 КоАП РФ, обстоятельством, смягчающим административную ответственность, является добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему органом, осуществляющим государственный контроль (надзор) и муниципальный контроль.

В адрес Московского УФАС России 13.02.2017 <...> представлены сведения (вх. № 6408) об исполнении предписания по делу № 1-14-667/77-16 о

нарушении антимонопольного законодательства.

Таким образом, Московским УФАС России установлено обстоятельство, смягчающее административную ответственность <...>.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность <...>, должностным лицом Московского УФАС России не установлено.

Таким образом, штраф, подлежащий взысканию, составляет 250 000 (двести пятьдесят тысяч) рублей.

Руководствуясь статьей 37 Закона о защите конкуренции, статьями 4.1, 14.33, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

### **ПОСТАНОВИЛ:**

1. Признать <...> виновным в совершении правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.33 КоАП РФ.

2. Назначить <...> наказание в виде административного штрафа в размере — **250 000 руб.** (двухсот пятидесяти тысяч рублей ноль копеек).

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ, административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП РФ, сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Реквизиты на перечисление штрафных санкций, налагаемых Московским УФАС России за нарушение антимонопольного законодательства РФ (квитанция прилагается):

**Наименование получателя платежа:** УФК по г Москве (для Московского УФАС России, л/с 04731324890)

**Банк получателя:** ГУ Банка России по ЦФО

**ИНН/КПП:** 7706096339 / 770101001

**БИК:** 044525000

**Номер счета получателя платежа:** 40101810045250010041

**КБК:** 161 1 16 02010 01 6000140

**Код ОКТМО:** 45375000

**Наименование платежа:** административный штраф по делу № 4-14.33-118/77-17.

В соответствии с частью 5 статьи 32.2 КоАП РФ, при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в части 1 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют в течение десяти

суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, структурного подразделения или территориального органа, иного государственного органа, рассмотревших дело об административном правонарушении, либо уполномоченное лицо коллегиального органа, рассмотревшего дело об административном правонарушении, составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двухкратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражном суде в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с пунктом 1 статьи 31.1 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Приложение на 1 листе.

Заместитель руководителя

<...>