

«УТВЕРЖДАЮ»

Заместитель руководителя
Татарстанского УФАС России


А.Н. Розенталь

«15» июля 2019 года

ПРОТОКОЛ № 2

заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и антимонопольного законодательства, в части работы по пресечению недобросовестной конкуренции при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан

г. Казань

8 июля 2019 года

Председательствовал:

Заместитель руководителя Татарстанского УФАС России А.Н. Розенталь.

Присутствовали:

Ф.Ф. Дучицкая, Е.Е. Уткина, А.С. Николаев, А.Р. Исламов, В.Р. Амирова,
З.Ф. Ихсанова, Р.Э. Яруллин, Р.Р. Мустафин.

1. Проблема доказывания нарушения статьи 14.2 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) в условиях непредставления информации хозяйствующим субъектом

(Ф.Ф. Дучицкая, Е.Е. Уткина, А.С. Николаев, А.Р. Исламов, В.Р. Амирова,
З.Ф. Ихсанова, Р.Э. Яруллин, Р.Р. Мустафин)

Постановили:

1.1. Принять к сведению информацию о сложностях, возникающих в процессе рассмотрения дела в отношении ООО «Горгаз» в условиях непредставления информации.

1.2. Рекомендовать УФАС по РТ обратиться в контрольный орган (Ростехнадзор по Республике Татарстан) для получения заключения о соответствии, а также о возможности ООО «Горгаз» осуществлять деятельность по обслуживанию ВДГО.

1.3. Рекомендовать рассмотреть дело, возбужденное в отношении ООО «Горгаз» с точки зрения нарушения части 1 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции в части незаконного использования обозначения, сходного до степени смешения с товарным знаком Группы компаний «Газпром».

2. Рассмотрение вопроса о нарушении ООО «ЛиБренд» пункта 1 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции в отношении ООО «БизБренд»

(Дучицкая Ф.Ф., Уткина Е.Е., А.С.Николаев, А.Р.Исламов, В.Р.Амирова, З.Ф.Ихсанова, Р.Э.Яруллин, Р.Р.Мустафин)

Постановили:

2.1. Принять к сведению информацию о размещении фирмой ООО «ЛиБренд» на своем сайте графической информации, сходной с графической информацией на сайте ООО «БизБренд».

2.2. Считать указанную информацию, размещенную на сайтах ООО «ЛиБренд» и ООО «БизБренд» сходными до степени смешения, также имеется звуковое сходство в наименованиях указанных организаций.

2.3. Рекомендовать квалифицировать указанное нарушение, совершенное ООО «ЛиБренд», по пункту 1 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции.

3. Проблема доказывания преднамеренного введения в заблуждение ООО «Казанские окна» дольщиков многоквартирных жилых домов относительно площадей и стоимости квартир (п. 2 и 4 ст. 14.2 Закона о защите конкуренции)

(Ф.Ф. Дучицкая, Е.Е. Уткина, А.С. Николаев, А.Р. Исламов, В.Р. Амирова, З.Ф. Ихсанова, Р.Э. Яруллин, Р.Р. Мустафин)

Постановили:

3.1. Принять к сведению информацию о введении в заблуждение ООО «Казанские окна» дольщиков многоквартирных жилых домов относительно площадей и стоимости квартир.

3.2. Рекомендовать проанализировать предыдущие объекты строительства рассматриваемого застройщика в целях установления системного характера подобного поведения на рынке строительства многоквартирных жилых домов.

3.3. Рекомендовать привлечь к рассмотрению дела специалистов в области строительства в целях установления конструктивных особенностей рассматриваемых многоквартирных жилых домов (в части определения балконов и лоджий) и использовать полученную информацию при анализе договоров долевого участия.

3.4. Считать, что действия ООО «Казанские окна» по преднамеренному введению в заблуждение дольщиков многоквартирных жилых домов относительно площадей и стоимости квартир могут расцениваться как акт

недобросовестной конкуренции (пункт 2 и 4 статьи 14.2 Закона о защите конкуренции) относительно застройщиков-конкурентов.

4. Использование обозначения «Аптечный склад» как акт недобросовестной конкуренции (пункт 4 статьи 14.2 Закона о защите конкуренции)

(Ф.Ф. Дучицкая, Е.Е. Уткина, А.С. Николаев, А.Р. Исламов, В.Р. Амирова,
З.Ф. Ихсанова, Р.Э. Яруллин, Р.Р. Мустафин)

Постановили:

4.1. Принять к сведению информацию об использовании ООО «Аптечный склад «Казань» обозначения «Аптечный склад», которое вводит потребителей в заблуждение и нарушает требования пункта 4 статьи 14.2 Закона о защите конкуренции.

4.2. Принять к сведению имеющуюся судебную практику по признанию ООО «Бережная аптека «Апрель» нарушившим требования пункта 4 статьи 14.2 Закона о защите конкуренции при использовании обозначения «Аптечный склад», при этом отметить, что в случае с ООО «Аптечный склад «Казань» используется одноименная часть фирменного наименования, а именно вывеска «Аптечный склад».

4.3. Рекомендовать при рассмотрении дела установить аффилированность лиц между ООО «Бережная аптека «Апрель» и ООО «Аптечный склад «Казань».

4.4. Считать использование названия «Аптечный склад» фирмой ООО «Аптечный склад «Казань» актом недобросовестной конкуренции, поскольку указанное название, по мнению экспертов, вводит потребителей в заблуждение относительно цены и ассортимента товара.

5. Рассмотрение фактов размещения в гостинице ООО «Корстон-Казань» по ул. Николая Ершова, д. 1А информации, имеющей признаки нарушения частей 6, 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе)

(Ф.Ф. Дучицкая, Е.Е. Уткина, А.С. Николаев, А.Р. Исламов, В.Р. Амирова,
З.Ф. Ихсанова, Р.Э. Яруллин, Р.Р. Мустафин)

Постановили:

5.1. Принять к сведению информацию о размещении в гостинице ООО «Корстон-Казань» по ул. Николая Ершова, д. 1А:

1) рекламы с текстом: «ГОЛАЯ правда, что наша ОФИЦИАНТКА ГОТОВА НА МНОГОЕ ради вашей улыбки» (на фасаде здания);

2) рекламы кофе (размещена в лифте).

5.2.1. Считать, что реклама с текстом: «ГОЛАЯ правда, что наша ОФИЦИАНТКА ГОТОВА НА МНОГОЕ ради вашей улыбки» является

непристойной, поскольку непристойность создает сочетание таких фраз как «ГОЛАЯ» и «ГОТОВА НА МНОГОЕ». Согласно принятым в обществе нормам, находиться в помещении необходимо в одежде. Соответственно, создание впечатления о том, что официантка «ГОЛАЯ» уже предполагает определенную непристойность и интимный характер. Утверждение «ГОТОВА НА МНОГОЕ» также создает неоднозначность в перечне услуг, которые «голая официантка» готова оказать, нарушающей требования частей 6,7 статьи 5 Закона о рекламе;

5.2.2. Считать, что реклама кофе, размещенная в лифте гостиницы ООО «Корстон-Казань» является непристойной, поскольку на рекламе изображены рядом 3 чашки кофе с розеткой (рисунок молоком на поверхности кофе) разной формы, а именно розетка напоминает силуэт мужского полового органа, форму которого часто используют «на заборах», на фривольных карикатурах и шутках в народе. В каждой последующей чашке угол наклона изображенного силуэта увеличивается и на третьей чашке изображен под углом 90 градусов. Сочетая описанное изображение со слоганом «взбодрись», рекламодатель явно преследовал цель возникновения ассоциации потребителя с «возбуждением», носящим интимный характер, а не, к примеру, в части настроения и самочувствия. Как альтернативу рекламодатель мог использовать розетки в виде солнышка и/или смайлика (грустный/веселый), сердечки и другие общепринятые изображения, используемые в латте-арте (рисование на кофе). Но рекламодателем было осознано выбрано именно неоднозначное изображение, создающее ассоциацию с эрекцией, нарушающей требования частей 6,7 статьи 5 Закона о рекламе.

6. Распространение рекламы с использованием объекта культурного наследия ГАУК РТ «Казанский государственный цирк»

(Ф.Ф. Дучицкая, Е.Е. Уткина, А.С. Николаев, А.Р. Исламов, В.Р. Амирова,
З.Ф. Ихсанова, Р.Э. Яруллин, Р.Р. Мустафин)

Постановили:

6.1. Принять к сведению информацию о наличии факта распространения в социальной сети Instagram рекламы в виде текста «Яндекс.Драйв Скачивайте приложение Яндекс.Драйв», наложенного с использованием графического редактора на здание ГАУК РТ «Казанский государственный цирк», являющегося объектом культурного наследия регионального (республиканского) значения.

6.2. Считать, что нормы статьи 19 Закона «О рекламе» не применимы к распространению рекламы с использованием графических и цифровых редакторов.

6.3. Рекомендовать рассмотреть указанное нарушение в разрезе части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

6.4. Считать рекламу Яндекс.драйв в отношении объекта культурного наследия ГАУК РТ «Казанский государственный цирк» непристойной.

6.5. Рекомендовать провести социологический опрос для оценки мнения потребителей по указанному факту.

7. Распространение ненадлежащей рекламы, порочащей репутацию государственного органа (Федеральной службы судебных приставов)

(Ф.Ф. Дучицкая, Е.Е. Уткина, А.С. Николаев, А.Р. Исламов, В.Р. Амирова, З.Ф. Ихсанова, Р.Э. Яруллин, Р.Р. Мустафин)

Постановили:

7.1. Принять к сведению информацию о распространении в городе Набережные Челны рекламных листовок, которые могут порочить деловую репутацию государственного органа.

7.2. Рекомендовать установить рекламодателей листовки.

7.3. Считать, что данная реклама вводит потребителей в заблуждение, поскольку работа коллекторов не заменяет работу судебных приставов, а также дает некорректную оценку деятельности судебных приставов.

7.4. Рекомендовать рассмотреть указанный факт, как нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

8. Рассмотрение информации о деятельности ФАС России, включая: публичную декларацию целей и задач на 2019 год, отчет об её исполнении за 2018 год; ведомственный план ФАС России по реализации Концепции открытости на 2019 год, отчет об его исполнении за 2018 год; план ФАС России по реализации мероприятий в области открытых в 2018 - 2019 гг. и график раскрытия ФАС России приоритетных социально-значимых наборов данных, отчет об его исполнении за 2018 год; перечень проектов общественно-значимых нормативных правовых актов, которые планируются к разработке в 2019 году

(Дучицкая Ф.Ф., Уткина Е.Е., А.С.Николаев, А.Р.Исламов, В.Р.Амирова, З.Ф.Ихсанова, Р.Э.Яруллин, Р.Р.Мустафин)

Постановили:

8.1. Принять к сведению указанную информацию о деятельности ФАС России.

8.2. Считать, что предложений и замечаний по указанным документам не имеется.

9. Контроль за исполнением настоящего протокола возложить на начальника отдела рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан В.Р. Амирову.

Протокол оформила

В.Р. Амирова