**Контроль рекламы.**

В части контроля за рекламой полномочия антимонопольного органа определены Федеральным законом от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе:

1) предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе;

2) возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Антимонопольный орган вправе:

1) выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе;

2) выдавать федеральным органам исполнительной власти, органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления обязательные для исполнения предписания об отмене или изменении актов, изданных ими и противоречащих законодательству Российской Федерации о рекламе;

3) предъявлять в суд или арбитражный суд иски о запрете распространения рекламы, осуществляемого с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе;

4) предъявлять в суд или арбитражный суд иски о публичном опровержении недостоверной рекламы (контррекламе) в случае, предусмотренном частью 3 [статьи 38](consultantplus://offline/ref=A8EB71213BBBD44D6BE35CFB5BD47D99935B89E380665C1BCFFCE3472F417B0B113023AE5F978DDFkFuFK) настоящего Федерального закона;

5) обращаться в арбитражный суд с заявлениями о признании недействительными полностью или в части противоречащих законодательству Российской Федерации о рекламе ненормативных актов федеральных органов исполнительной власти, ненормативных актов органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, ненормативных актов органов местного самоуправления;

6) обращаться в соответствующий суд с заявлениями о признании недействующими полностью или в части противоречащих законодательству Российской Федерации о рекламе нормативных правовых актов федеральных органов исполнительной власти, нормативных правовых актов органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, нормативных правовых актов органов местного самоуправления;

7) применять меры ответственности в соответствии с [законодательством](consultantplus://offline/ref=A8EB71213BBBD44D6BE35CFB5BD47D99935B8AE583665C1BCFFCE3472F417B0B113023AE5991k8uDK) Российской Федерации об административных правонарушениях;

8) обращаться в арбитражный суд с заявлениями о признании недействительным разрешения на установку рекламной конструкции в случае, предусмотренном пунктом 1 части 20 [статьи 19](consultantplus://offline/ref=A8EB71213BBBD44D6BE35CFB5BD47D99935B89E380665C1BCFFCE3472F417B0B113023AE5F978BDAkFuCK) настоящего Федерального закона;

9) выдавать органам местного самоуправления муниципального района или органам местного самоуправления городского округа обязательные для исполнения предписания об аннулировании разрешения на установку рекламной конструкции;

10) организовывать и проводить проверки соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе органами государственной власти, органами местного самоуправления, рекламодателями, рекламопроизводителями и рекламораспространителями (далее - юридические лица, индивидуальные предприниматели).

Должностные лица антимонопольного органа, осуществляющие государственный надзор в сфере рекламы, в соответствии с возложенными на них полномочиями имеют право беспрепятственно по предъявлении служебного удостоверения и копии приказа (распоряжения) руководителя (заместителя руководителя) антимонопольного органа о проведении проверки посещать здания, помещения, используемые юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями, в целях проведения мероприятий по контролю, получения документов и информации, необходимых в ходе проведения проверки.

В 2016 году Управлением Федеральной антимонопольной службы по Пермскому краю было рассмотрено 446 заявлений по Закону «О рекламе». Из них:

по **376** заявлениям принято решение об отказе в возбуждении дела;

по **70** заявлениям возбуждены дела по разным статьям Закона «О рекламе», из которых:

по **2** делам принято решение о прекращении производства по делу;

по **68** делам признан факт нарушения и выдано **66** предписаний.

Основную массу выявленных в отчетном периоде нарушений составляют нарушения ст. 28 и ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Тенденция первого полугодия 2017 года остается прежней. Так, на начало июня 2017 г. Управлением рассмотрено 31 дело по признакам нарушения законодательства о рекламе, из них по 5 делам принято решение о прекращении производства по делу, по 26 делам признан факт нарушения и выдано 33 предписания. Основными нарушениями можно назвать нарушения требований ст. 5 ФЗ «О рекламе» (достоверная реклама), ст. 18 (отсутствие согласия на получение рекламы по сетям электросвязи), ст. 28 (ненадлежащая реклама финансовых услуг).

К примеру, в текущем году антимонопольным органом вынесено 2 решения в отношении кредитного потребительского кооператива граждан «Пермский пельменный дом», реклама которого распространялась в печатных изданиях:

*«КПКГ «Пермский пельменный дом» дарит ценные подарки*

*Мечты пайщиков сбываются! …*

*Чтобы наступивший 2017 год для каждого жителя мог стать успешным, КПКГ «Пермский пельменный дом» продолжает принимать денежные средства и дарит ценные подарки Этот кооператив известен тем, что здесь одни из самых высоких процентов в городе. Благодаря этому пайщики могут обеспечить себе достойную жизнь, а также помогать детям и внукам. При этом ваши деньги защищены: руководство кооператива ведет грамотную финансовую политику и имеет опыт работы в данной сфере около 7 лет.…».*

Рассматриваемая реклама содержит следующий текст: *«Этот кооператив* *известен тем, что здесь одни из самых высоких процентов в городе. Благодаря этому пайщики могут обеспечить себе достойную жизнь, а также помогать детям и внукам…».*

Данное указание расценивается как подтверждение эффективности деятельности КПКГ «Пермский пельменный дом» в силу того, что содержит указание на стабильный доход, которые будут получать пайщики (*«могут обеспечить себе достойную жизнь»*), в том числе в будущем *(«а также помогать детям и внукам»*).

Комиссией установлено, что КПКГ «Пермский пельменный дом» состоял в саморегулируемой организации «Губернское кредитное содружество». На основании информации опубликованной на официальном сайте Центрального банка РФ, а также учитывая требования п. 3.4 Стандарта Союза СРО «ГКС», размер максимальной ставки привлечения денежных средств членов КПК (пайщиков) кооперативами – членами Союза СРО «ГКС» не может превышать 1,875 ключевой ставки, установленной Банком России на дату заключения договора. Следовательно, максимальная ставка в период размещения спорной рекламы составляла 18,5 процентов годовых.

Вместе с тем, как следует из информации, размещенной на сайте Центрального Банка РФ в Государственном реестре кредитных потребительских кооперативов (<http://www.cbr.ru/finmarket/supervision/sv_micro/>), 29.03.2017 г. членство КПКГ «Пермский пельменный дом» в СРО «ГКС» было прекращено.

Таким образом, в настоящее время требования о максимальной ставке привлечения денежных средств пайщиков, установленные СРО «ГКС» для членов данного союза, не являются обязательными к применению для КПКГ «Пермский пельменный дом».

Следовательно, документальные доказательства гарантии доходности вложения отсутствуют, поскольку установленная для кооператива максимальная ставка привлечения денежных средств членов КПКГ «Пермский пельменный дом» утратила свой обязательный характер.

Положительным аспектом следует назвать снижение количества дел по распространению рекламы по сетям электросвязи без получения соответствующего разрешения абонента (ст. 18 Закона о рекламе). Как правило, при наличии соответствующих жалоб либо имеется согласие в рамках договора с оператором связи, либо информация носит адресный характер и не подпадает под признаки рекламы, в частности содержит персонализированную направленность, т.е. распространяется для строго определенного круга лиц.

По результатам рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе возбуждено 54 дела об административном правонарушении по признакам нарушения ст.ст. 14.3, 14.38 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Что касается проведенных Управлением проверочных мероприятий, то в 2016 г. было проведено всего **4** плановых проверки, по итогам которых нарушений действующего законодательства РФ о рекламе не выявлено.

С учетом изменений в части института назначения административного наказания, порядка 75 % административных дел заканчиваются вынесением предупреждения.

**Контроль за недобросовестной конкуренцией.**

Дела по признакам нарушения главы 21 Закона «О защите конкуренции» в 2016 году возбуждались Управлением по заявлениям хозяйствующих субъектов, чьи права нарушены или имеется угроза такого нарушения.

За 2016 г. Управлением рассмотрено **70** заявлений по признакам нарушения главы 21 Закона «О защите конкуренции», в **43** случаях после рассмотрения заявления отказано в возбуждении дела.

Всего за отчетный период возбуждено **17** дел по признакам нарушения главы 21 Закона «О защите конкуренции». По результатам рассмотрения указанных дел выявлено **14** фактов нарушений и выдано **11** предписаний.

Основную массу выявленных в отчетном периоде нарушений составляют нарушения ст. 14.8 Закона «О защите конкуренции», в виде осуществления пассажирских перевозок автомобильным транспортом общего пользования по автобусным маршрутам на территории г. Перми и Пермского края, в отсутствие заключенного договора на оказание услуг перевозки с организатором пассажирских перевозок.

Остальные выявленные нарушения связанны с незаконным использованием хозяйствующими субъектами результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридических лиц (конкурентов), а также недобросовестная конкуренция, связанная с созданием смешения.

Тенденция и направленность рассмотренных дел в 2017 г. совпадает с 2016: в настоящее время уже рассмотрено 5 дел, из которых только по 1 вынесено решение о прекращении производства по делу. В 4 случаях признан факт нарушения (по 3 делам – нарушение интеллектуальных прав, по 1 – распространение информации), выдано 6 предписаний.

Особое внимание антимонопольный орган уделяет защите интеллектуальной собственности. Так, в 2016 году рассмотрено дело № 118-16-а, возбужденное по заявлению ООО «Большое Загарье» (617010, Пермский край, Нытвенский район, ст. Чайковская, ул. Молодежная, д. 26-2, далее – Заявитель) в отношении ООО «Научно-производственная компания «Апифитогрупп» (614058, г. Пермь, ул. Трамвайная, д. 33А, далее – Ответчик) по признакам нарушения п. 1 ст. 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции), выразившегося в незаконном использовании обозначения «Иммунокардин», тождественного товарному знаку по свидетельству № 494103, принадлежащему ООО «Большое Загарье».

Как следует из материалов дела, 02.04.2009 года ООО «Большое Загарье» зарегистрировано межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы № 17 по Пермскому краю в качестве юридического лица с присвоением ОГРН: 1095916000476, ИНН: 5916022435, КПП: 591601001. Видами деятельности Заявителя являются: производство пищевых продуктов, производство растительных рафинированных масел и жиров, оптовая и розничная торговля пищевыми маслами и жирами, производство безалкогольных напитков, кроме минеральных вод. Коды ОКВЭД: 15.4, 15.42.1, 15.98.2, 51.33.3, 52.27.22.

ООО «Большое Загарье» (ОГРН 1095916000476, ИНН 5916022435) является правообладателем товарного знака «Иммунокардин» на основании Свидетельства № 494103 от 15.08.2013 г., выданного Федеральной службой по интеллектуальной собственности и осуществляет производство, а также вводит в оборот товар на основе продуктов пчеловодства («Иммунокардин») с использованием данного товарного знака, что подтверждается договором поставки № 12/01/15-1 от 12.01.2015 г. и дополнительным соглашением № 1 о продлении срока действия договора поставки № 12/01/15-1 от 12.01.2015 г., а также представленной в материалы дела брошюрой с товаром «Иммунокардин».

Таким образом, ООО «Большое Загарье» является законным правообладателем товарного знака «Иммунокардин», указанного в Свидетельстве № 494103 и осуществляет производство и реализацию продукции на основе меда, что подтверждается, в том числе, вышеуказанными договором поставки № 12/01/15-1 от 12.01.2015 г. и дополнительным соглашением № 1 о продлении срока действия договора поставки № 12/01/15-1 от 12.01.2015 г., а также представленной в материалы дела брошюрой с товаром «Иммунокардин».

ООО «Научно-производственная компания «Апифитогрупп» 14.03.2013 года зарегистрировано межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы № 17 по Пермскому краю в качестве юридического лица с присвоением ОГРН: 1135904003894, ИНН: 5904284926, КПП: 594801001.Видами деятельности Ответчика являются: производство пищевых продуктов, производство растительных рафинированных масел и жиров, оптовая и розничная торговля пищевыми маслами и жирами, производство безалкогольных напитков, кроме минеральных вод. Коды ОКВЭД: 15.4, 15.42.1, 15.98.2, 51.33.3, 52.27.22. ООО «Научно-производственная компания «Апифитогрупп» осуществляет деятельность по производству и реализации продукции на основе меда, что подтверждается, в том числе, представленными в материалы дела копиями договора поставки №1 от 12.01.2015 г., договором поставки № 01/06 от 01.06.2015 г., договором поставки № 1 от 01.10.2014 г., товарной накладной № 27 от 31.03.2016 г., товарной накладной № 16 от 29.02.2016 г.

Комиссией Пермского УФАС России установлено, что ООО «Большое Загарье» и ООО «Научно-производственная компания «Апифитогрупп» являются хозяйствующими субъектами – конкурентами на рынке производства и реализации продукции на основе меда.

Как следует из материалов дела, в феврале 2016 года Заявителю стало известно о том, что ООО «Научно-производственная компания «Апифитогрупп» использует товарный знак «Иммунокардин» для введения в оборот собственного товара – эликсира медового «Иммунокардин».

С целью выявления фактов распространения данной продукции иными лицами Заявителем 03.03.2016 года, в помещении Дворца культуры им. Гагарина (г. Пермь, ул. Мира, д. 39) была приобретена одна упаковка эликсира медового «Иммуникардин». Согласно информации, размещенной на упаковке, данный товар произведен 20.01.2016 г., номер партии 1, производитель - ООО «НПК «Апифитогрупп». Факт совершения покупки подтверждается копией товарного чека № 2 от 03.03.2016г. Продавцом в указанном чеке значится ИП Васильев Николай Васильевич (ОГРНИП 313028000025077), стоимость товара - «Иммунокардина» - по данному чеку составила 640 рублей. Исследуемый товар также представлен в материалы дела.

Данная форма недобросовестной конкуренции предполагает наличие следующих обстоятельств:

- Наличие у ООО «Большое Загарье» исключительного права на использование товарного знака «Иммунокардин», что подтверждается свидетельством на товарный знак № 494103 от 15.08.2013 г.;

- Факт использования ООО «НПК «Апифитогрупп» в хозяйственной деятельности при реализации товара – сиропа (эликсира) медового – товарного знака «Иммунокардин», сходного до степени смешения с товарным знаком по свидетельству № 494103, что подтверждается товарным чеком 2 от 03.03.2016 г., а также товарными накладными № 16 от 29.02.2016, № 27 от 31.03.2016г. В материалы дела Заявителем также представлены образцы продукции – сироп медовый «Иммунокардин», производимый и реализуемый ООО «Большое Загарье» и эликсир медовый «Иммунокардин», производимый и реализуемый дистибьюторами ООО «НПК «Апифитогрупп». Факт приобретения эликсира медового «Имуннокардин» подтверждается товарным чеком № 2 от 03.03.2016 г., выданным ИП Васильевым Н.В. (ИНН 026503129491 – дистибьютором ООО «НПК Апифитогрупп», что подтверждается представленными Заявителем в материалы дела пояснениями от 28.04.2016 г. и товарной накладной № 27 от 31.03.2016 г.);

- Незаконность использования ООО «НПК «Апифитогрупп» результата интеллектуальной деятельности, а также отсутствие согласия правообладателя товарного знака (обозначения) на такое использование, что подтверждается, в том числе, представленным в материалы дела письменными пояснениями Заявителя;

- Возможность получения ООО «НПК «Апифитогрупп» преимуществ перед конкурентами, которые заключаются в отсутствии необходимости несения затрат на регистрацию собственного товарного знака и продвижения его на рынке.

Использование ООО «НПК «Апифитогрупп» товарного знака, идентичного с товарным знаком по свидетельству № 497103, который официально зарегистрирован в Роспатенте и узнаваем потребителями на рынке производства и реализации эликсиров (сиропов) медовых, может повлиять на выбор потенциальных покупателей и привести к перераспределению спроса на данном товарном рынке в пользу недобросовестного конкурента. Идентичность обозначений, используемых Заявителем и Ответчиком, влечет восприятие их потребителями как тождественных. Такое сходство обозначений с учетом схожести осуществляемой этими лицами деятельности создает, в свою очередь, угрозу смешения юридических лиц в восприятии потребителей.

В условиях использования ООО «НПК «Апифитогрупп» товарного знака «Иммунокардин», идентичного товарному знаку «Иммунокардин» по свидетельству № 494103, при осуществлении им деятельности, однородной или схожей с деятельностью обладателя товарного знака, действия Ответчика не могут быть признаны соответствующими требованиям добропорядочности, добросовестности, разумности и справедливости и противоречат положениям п. 1 ст. 14.6 Закона о защите конкуренции, поскольку такие действия совершены с целью получения необоснованного преимущества при осуществлении предпринимательской деятельности.

Указанные действия могут причинить убытки ООО «Большое Загарье», которые могут быть выражены в недополученной прибыли, поскольку использование в хозяйственной деятельности товарного знака, идентичного товарному знаку, принадлежащему иному лицу, может привести к смешению лиц, оказывающих аналогичные услуги на рынке реализации продукции на основе меда и перераспределению клиентов на указанном рынке.

Таким образом, указанные действия «НПК «Апифитогрупп» соответствуют условиям, необходимым для квалификации этих действий в качестве недобросовестной конкуренции.

ООО «НПК «Апифитогрупп» в материалы дела представлена информация (исх. б/н от 28.04.2016 г.) о лицах, реализующих товар – «Иммунокардин». Как следует из представленных документов, ООО НПК «Апифитогрупп» сотрудничает с индивидуальными предпринимателями: Васильевым Николаем Васильевичем (ОГРНИП 313028000025077), Назьмовым Александром Сергеевичем (ОГРНИП 310272422900031), Приходько Алексеем Николаевичем (ОГРНИП 308565821000052), Карповичем Дмитрием Витальевичем (ОГРНИП 314910223200258). В материалах дела имеются договор поставки № 1 от 12.01.2015г., заключенный между ООО «НПК «Апифитогрупп и ИП Приходько А.Н., договор поставки № 01/06 от 01.06.2015 г., заключенный между ООО НПК «Апифитогрупп» и ИП Назьмовым А.С., договор поставки № 1 от 01.10.2014г., заключенный между ООО «НПК «Апифитогрупп» и ИП Карповичем Д.В. Также Комиссией исследованы товарная накладная № 27 от 31.03.2016 г. на поставку ИП Васильеву Н.В., в том числе, товара «Иммунокардин» в количестве 6 500 шт. на сумму 487 500 рублей, товарная накладная № 16 от 29.02.2016г. на поставку ИП Карповичу Д.В. товара, в том числе – «Иммунокардина» в количестве 200 штук на общую сумму 15 000 рублей. Указанные документы свидетельствуют о поставках ООО НПК «Апифитогрупп» товара с незаконным использованием товарного знака «Иммунокардин» указанным лицам.

В связи с вышеизложенным, Комиссией принято решение о необходимости выдачи предписания о прекращении недобросовестной конкуренции, выразившейся во введении в оборот товара с незаконным использованием товарного знака «Иммунокардин», принадлежащего ООО «Большое Загарье» по Свидетельству на товарный знак (знак обслуживания) № 494103 ООО НПК «Апифитогрупп» и индивидуальным предпринимателям: Васильеву Н.В., Назьмову А.С., Приходько А. Н., Карповичу Д.В.

По результатам рассмотрения данного дела, Комиссией Пермского УФАС России было принято решение признать действия ООО «Научно-производственная компания «Апифитогрупп» по введению в оборот товара «Иммунокардин», в том числе в феврале – марте 2016 года с нанесенным товарным знаком «Иммунокардин» (свидетельство на товарный знак (знак обслуживания) № 494103, дата регистрации в Федеральной службе по интеллектуальной собственности 15.08.2013 г., правообладателем которого является ООО «Большое Загарье», актом недобросовестной конкуренции, запрещенным п. 1 ст. 14.6 Федерального закона «О защите конкуренции».

ООО НПК «Апифитогрупп» и индивидуальным предпринимателям: Васильеву Н.В., Назьмову А.С., Приходько А. Н., Карповичу Д.В. были выданы предписания о прекращении недобросовестной конкуренции, указанные предписания в настоящее время исполнены.

В 2017 году Комиссией уже рассмотрено 5 аналогичных дел, по которым вынесены решения о признании фактов нарушения.

В то же время фактов недобросовестной конкуренции путем [дискредитации](consultantplus://offline/ref=3708969D729673E9374BE46C3CD66A987B8563C13C413C2A1FBFA2E1DA22C0FD8FE67DEEACFD42C5E06CE), то есть распространения ложных, неточных или искаженных [сведений](consultantplus://offline/ref=3708969D729673E9374BE46C3CD66A987B8563C13C413C2A1FBFA2E1DA22C0FD8FE67DEEACFD42CAE069E), которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту и (или) нанести ущерб его деловой репутации, стали заметно меньше по сравнению с предыдущими периодами.

**Институт предупреждения в рамках главы 21 Закона «О защите конкуренции».**

Всего за 2016 г. Управлением выдано 16 предупреждений, из них 15 предупреждений по признакам нарушения ст. 14.8 Закона «О защите конкуренции» и 1 по признакам нарушения ст. 14.1 Закона о защите конкуренции.

За истекший период 2017 г. выдано 9 предупреждений, из них: по признакам нарушения ст. 14.1 – 1, ст. 14.2 – 1, ст. 14.8 – 7.