

## Введение потребителя в заблуждение



**Для кого (для каких случаев):** Назвался магазин складом, а так делать, оказывается, нельзя

**Сила документа:** Постановление Арбитражного Суда Округа РФ

**Цена вопроса:** Затраты на смену вывесок и изменение названий

**Схема ситуации:** Шёл по городу волшебник... Это название советского детского сказочного боевика (писатель Юрий Томин). Книге в этом году исполняется 55 лет.

А в реальной жизни по городу шли представители УФАС. Они, конечно, не волшебники, но подчас творят настоящие чудеса. И в этот раз, в рамках контроля за соблюдением антимонопольного законодательства, бросилось им в глаза наименование «АПТЕЧНЫЙ СКЛАД» на фасадах аптек города. Антимонопольщики сразу поняли – это же недобросовестная конкуренция! Совершенно понятно, что использование такого наименования гипнотизирует граждан и вводит их в заблуждение относительно продавца товара. Надо было срочно прекращать дурное влияние такой недобросовестности.

И в отношении Общества, использующего наименование «АПТЕЧНЫЙ СКЛАД», УФАС вынесло предупреждение, мол уберите это наименование из вывесок и рекламы. А у Общества 50 аптек, притом 35 из них называются «АПТЕЧНЫЙ СКЛАД», поди успеи везде вывески поменять, да и затраты - ого какие! В общем, Общество прикинуло, что будет дешевле – менять вывески или не менять? После прикидок Общество нагло проигнорировало предупреждение УФАС.

Тогда Антимонопольное Управление возбудило дело в отношении Общества по признакам нарушения антимонопольного законодательства, ну а дальше стороны встретились в суде.

В суде Управление принялось рассказывать о нормах закона «О защите конкуренции» и о том, что Общество своим обозначением «АПТЕЧНЫЙ СКЛАД» вводит в заблуждение покупателей относительно продавца лекарств.

Свою позицию Антимонопольщики пояснили так: «Видите ли, существует целый Порядок проведения анализа состояния, конкуренции на товарном рынке, утвержденный Приказом ФАС России от 28.04.2010 N 220. Этот анализ состоит из нескольких этапов. Так вот, мы по всем этим этапам методично и последовательно прошли. В итоге мы выявили, что использование в наименовании аптеки слова «СКЛАД» может вызывать у потребителя неверное представление о том, что предприятие осуществляет либо оптовую торговлю препаратами, либо торговлю препаратами по цене более низкой, чем в розничной сети аптек. Вредное слово «СКЛАД» отвлекает потребителя от добросовестных субъектов предпринимательской деятельности и создают у потребителя ложное впечатление о продавце фармацевтической продукции. При этом преимущество обеспечивается информационным воздействием на потребителя. Введение в заблуждение путем использования вывески «АПТЕЧНЫЙ СКЛАД» создает предпосылки к изменению спроса в пользу Общества. Из-за этого Общество получает необоснованное конкурентное преимущество. Таким образом оказывается негативное влияние на состояние конкуренции на рынке розничной реализации фармацевтической продукции, путем перераспределения спроса в пользу недобросовестного участника».

И суды всех инстанций Управление поддержали – а ведь таки да! Исходя из буквального значения слов «АПТЕКА» (*учреждение, в котором продаются или изготавливаются и продаются лекарства, лечебные средства, предметы санитарии и гигиены*) и «СКЛАД» (*специальное помещение для хранения чего-нибудь, запас чего-нибудь, большое количество каких-нибудь предметов, сосредоточенных, сложенных в одном месте, специально приспособленное помещение, место, здание, куда складываются и где хранятся запасы товара, материалов*), использование

таких обозначений как «ОПТОВЫЙ СКЛАД», «АПТЕЧНЫЙ СКЛАД», «ОПТОВАЯ БАЗА» для индивидуализации предприятия розничной торговли создает ложное впечатление о его квалификации как участника рынка, поскольку такие обозначения являются общепринятым правилом среди субъектов, осуществляющих складское хранение и оптовую торговлю.

Общество, конечно, пыталось спорить. Это всего лишь коммерческое обозначение! Не было проведено исследование мнения потребителей о восприятии обозначения «АПТЕЧНЫЙ СКЛАД»! Не было установлено, что покупатели кинулись толпами закупаться в торговые точки Общества именно из-за названия «АПТЕЧНЫЙ СКЛАД»!

Кроме того, при оценке обозначения «АПТЕЧНЫЙ СКЛАД» суды необоснованно посчитали, что оно имеет отношение к оптовой торговле, тогда как слово «СКЛАД» не вызывает никаких ассоциаций с торговыми операциями, их объемом и уровнем цен. И ещё! Управлением были допущены процедурные нарушения – руководитель Управления еще до вынесения решения фактически объявил Общество нарушителем в СМИ, а в состав комиссии Управления входил супруг руководителя Управления.

На что суд ответил в порядке поступления возражений. Во-первых, не надо сомневаться в компетенции Управления и судов! Всё мы верно оценили по поводу обозначения «АПТЕЧНЫЙ СКЛАД». А во-вторых, процедурные нарушения, может, и были, но они не носят существенный характер. Если б носили, тогда был бы другой разговор. Сможете доказать существенный характер? Нет? Ну тогда, как говорится, и «суда нет». Идите, снимайте ваши бессовестные вывески!

**Выводы и возможные проблемы:** Аптеки с наименованием «АПТЕЧНЫЙ СКЛАД» весьма распространены в России и получили популярность среди потребителей действительно низкими ценами, но на сегодняшний день практика такова, что конкуренты и УФАС к такому наименованию сильно придираются, поэтому лучше такое наименование не использовать. И вообще стоит подумать стоит ли использовать в названии розничного магазина слово «СКЛАД» или сходные.

**Строка для поиска в КонсультантПлюс:** «Введение потребителя в заблуждение».

**Где посмотреть документы:** *КонсультантПлюс, Судебная Практика:* [ПОСТАНОВЛЕНИЕ СУДА ПО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ ПРАВАМ ОТ 08.10.2018 N C01-662/2018 ПО ДЕЛУ N A63-13299/2017](#)

[документ в онлайн-версии](#)



**Нет КонсультантПлюс?**

**Закажите** полную версию документа или  
**подберите комплект** КонсультантПлюс самостоятельно