



ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ
СЛУЖБА
(ФАС России)
ЗАМЕСТИТЕЛЬ
РУКОВОДИТЕЛЯ

Территориальным органам
ФАС России

Садовая Кудринская, 11
Москва, Д-242, ГСП-3, 125993
тел. (499) 755-23-23, факс (499) 755-23-24
delo@fas.gov.ru <http://www.fas.gov.ru>

штамп
регистрации № _____

На № _____ от _____

Применение статьи 14.1 Федерального закона «О защите конкуренции» (План методической помощи на 2018 год, пункт 8)

В соответствии с пунктом 8 Плана оказания методической помощи территориальным органам в 2018 году, утвержденного приказом ФАС России от 19.04.2018 № 508/18, ФАС России направляет для использования в работе рекомендации относительно применения статьи 14.1 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Федеральный закон «О защите конкуренции»).

Согласно статье 14.1. Федерального закона «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция путем дискредитации, то есть распространения ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту и (или) нанести ущерб его деловой репутации, в том числе в отношении:

1) качества и потребительских свойств товара, предлагаемого к продаже другим хозяйствующим субъектом-конкурентом, назначения такого товара, способов и условий его изготовления или применения, результатов, ожидаемых от использования такого товара, его пригодности для определенных целей;

2) количества товара, предлагаемого к продаже другим хозяйствующим субъектом-конкурентом, наличия такого товара на рынке, возможности его



приобретения на определенных условиях, фактического размера спроса на такой товар;

3) условий, на которых предлагается к продаже товар другим хозяйствующим субъектом-конкурентом, в частности цены товара.

Дискредитация имеет своей целью подрыв доверия клиентуры (потребителей или иных контрагентов) к конкуренту или его продукции и привлечение потребителей к собственной продукции путем распространения негативной информации о конкуренте, в число которой входит и неполная информация о конкуренте, его товарах и услугах.

Результатом данного проявления недобросовестной конкуренции является негативное изменение конкурентного положения потерпевшего хозяйствующего субъекта, выражающееся в отказе потребителей от товаров (услуг) «опороченного» конкурента и переходе к другим хозяйствующим субъектам (не обязательно исключительно к лицу, распространившему негативную информацию). Однако преимущества лица, распространившего негативную информацию, могут выражаться в притоке новых потребителей.

Объектом дискредитации в рассматриваемой статье являются сами товары (их качество, потребительские свойства, назначение, способы и условия изготовления или применения, результаты, ожидаемые от использования, пригодности для определенных целей); состояние товарного рынка, на котором реализуется товар (количество товара, предлагаемого к продаже, наличие товара на рынке, возможность его приобретения на определенных условиях, фактический размер спроса на такой товар); условия реализации товара (цена и иное). Указанный перечень не является закрытым.

Все вышеуказанные действия будут являться недобросовестной конкуренцией, если распространение такой информации осуществляется хозяйствующим субъектом по отношению к другому хозяйствующему субъекту – конкуренту.

При рассмотрении заявлений по указанной статье необходимо учитывать следующее.

1. Подтверждение факта распространения информации определенным лицом.

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 статьи, интервью, направление писем от имени организации, включая электронную переписку.

При этом не является распространением информации сообщение ее **исключительно лицу, которого она касается**, либо распространение ее между структурными подразделениями юридического лица – предполагаемого нарушителя,

за исключением случаев, когда физические лица – сотрудники организации являются потенциальными приобретателями товаров (услуг) опороченного конкурента.

Так, например, не может быть квалифицировано по статье 14.1 Федерального закона «О защите конкуренции» распространение ФГУП информации об организации работы с конкретным контрагентом в адрес своих филиалов, пусть и находящихся в различных регионах и осуществляющих деятельность как самостоятельные субъекты. Вместе с тем дискредитация может возникнуть в случае, если негативные сведения о контрагенте из подобного письма попадут к третьим лицам (будут распространены филиалами ФГУП, в том числе путем доведения информации до контрагентов на местах и т.п.).

Также следует учитывать, что **направление хозяйствующим субъектом обращений в органы государственной власти Российской Федерации, содержащих ложные, неточные либо искаженные сведения о хозяйствующем субъекте-конкуренте, которые могут быть неподтвержденными и носить предположительной характер**, даже если они способны дискредитировать другой хозяйствующий субъект, не может рассматриваться как акт недобросовестной конкуренции.

Статьей 33 Конституции Российской Федерации закреплено право направлять обращения в государственные органы и органы местного самоуправления, которые в пределах своей компетенции обязаны рассматривать эти обращения, проверять изложенные сведения, принимать по ним решения и давать мотивированный ответ в установленный законом срок.

В случае, если на основании поступившей информации государственный орган применит меры ответственности, негативные последствия наступают уже в результате действий самого государственного органа, при этом обоснованность этих действий и полнота проверки факта наличия нарушения могут быть предметом судебного контроля при обжаловании соответствующего правоприменительного акта.

Следовательно, когда лицо обращается в названные органы с заявлением, в котором приводит те или иные сведения (например, в правоохранительные органы с сообщением об осуществлении деятельности с нарушением требований безопасности либо технических регламентов), но эти сведения в ходе их проверки не находят подтверждения, **данное обстоятельство само по себе не может служить основанием для привлечения этого лица к гражданско-правовой либо иной ответственности, предусмотренной за распространение недостоверных сведений либо дискредитацию какой-либо организации.**

При этом в силу пункта 10 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» (далее – Постановление Пленума ВС РФ № 3) подобные требования могут быть удовлетворены лишь в случае установления факта злоупотребления правом (пункты 1 и 2 статьи 10 Гражданского кодекса Российской Федерации), то есть

обращение в указанные органы не имело под собой никаких оснований и продиктовано не намерением исполнить свой гражданский долг или защитить права и охраняемые законом интересы, а исключительно намерением причинить вред другому лицу, однако установление указанных обстоятельств антимонопольным органом не производится, и исходить следует из добросовестности заявителя.

2. Доказывание недостоверности распространенной информации.

Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации №3 (с учетом позиций, изложенных в Обзоре практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации, утвержденном Президиумом Верховного Суда РФ 16.03.2016) указывает, что порочащими являются сведения, содержащие утверждения о нарушении гражданином или юридическим лицом действующего законодательства, совершении нечестного поступка, неправильном, неэтичном поведении в личной, общественной или политической жизни, недобросовестности при осуществлении производственно-хозяйственной и предпринимательской деятельности, нарушении деловой этики или обычаев делового оборота, которые умаляют честь и достоинство гражданина или деловую репутацию гражданина либо юридического лица.

Данные подходы судебной практики по защите чести, достоинства и деловой репутации допустимо по аналогии применять при оценке информации по данной категории дел.

Ложность означает полное несоответствие информации действительному положению дел.

Искаженность – 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.

Неточность – распространение хозяйствующим субъектом информации о хозяйствующем субъекте – конкуренте не в полном (намеренно ограниченном) объеме, что не позволяет всесторонне ее воспринять, получить исчерпывающе верное представление об излагаемых факте, действии или событии применительно к данному хозяйствующему субъекту.

Вместе с тем, распространение информации, подрывающей доверие к хозяйствующему субъекту (умаляющей его деловую репутацию), но являющейся правдивой и полной, не относится к данной форме недобросовестной конкуренции.

Следует учитывать, что в рассматриваемом публично-правовом институте для антимонопольного органа недопустимо применение презумпции статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее ГК РФ), в силу которой сведения, наносящие ущерб чести, достоинству и деловой репутации, считаются ложными, если лицо, их распространившее, не докажет обратное. В силу презумпции невиновности лица, в отношении которого ведется производство, могущее повлечь административную ответственность, обязанность доказать

несоответствие действительности распространенных сведений как основание принятия решения возложена на антимонопольный орган (путем запроса соответствующей информации).

3. Предметом оценки не могут являться оценочные (субъективные) суждения.

В соответствии с пунктом 7 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.02.2005 № 3 не соответствующими действительности сведениями являются **утверждения о фактах или событиях**, которые не имели места в реальности во время, к которому относятся оспариваемые сведения.

При рассмотрении данной категории дел (заявлений) следует различать имеющие место утверждения о фактах, соответствие действительности которых можно проверить, и оценочные суждения, мнения, убеждения, которые, являясь выражением субъективного мнения и взглядов хозяйствующего субъекта, не могут быть проверены на предмет соответствия их действительности.

Указанный подход подтвержден также в пункте 6 Обзора практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации, утвержденного Президиумом Верховного Суда Российской Федерации 16.03.2016, согласно которому при рассмотрении дел о защите чести, достоинства и деловой репутации необходимо учитывать, что содержащиеся в оспариваемых высказываниях ответчиков оценочные суждения, мнения, убеждения не являются предметом судебной защиты в порядке статьи 152 ГК РФ, если только они не носят оскорбительный характер.

Так, например, частное мнение, выраженное на форуме или в комментарии к статье, опубликованной в Интернете, в ходе широкого обсуждения – дискуссии, может быть оспорено в порядке полемики, то есть ответа, реплики или комментария, которые лицо, чьи интересы затронуты, может свободно и самостоятельно опубликовать на том же форуме, обосновав несостоятельность распространенных суждений, предложив иную оценку обстоятельств.

4. При выявлении факта дискредитации лицу, в действиях которого обнаружены признаки недобросовестной конкуренции, выдается предупреждение.

Предупреждение является инструментом антимонопольного воздействия, направленным на устранение последствий правонарушения, а также причин и условий, способствовавших возникновению правонарушения, без возбуждения дела о нарушении антимонопольного законодательства.

При выявлении факта дискредитации совершенные действия, как правило, образуют негативные последствия для потерпевшего: опубликованная в СМИ или на интернет-ресурсе статья может быть прочитана неопределенным кругом лиц, листовки либо письма получены и переданы не только адресатам, но и впоследствии третьим лицам, в связи с чем масштаб возможных убытков увеличивается.

В рассматриваемом случае антимонопольному органу целесообразно

выдавать предупреждения об устранении причин и условий, способствовавших возникновению такого нарушения и о принятии мер по устранению последствий. В качестве таких мер, направленных на опровержение распространенной информации, могут быть указаны публикация опровержения (с учетом выбранных формы и средства распространения, объема, шрифта и иных характеристик), отзыв направленных писем либо направление по аналогичному списку рассылки письма с опровержением ранее направленной информации и т.п.

Место для подписи

А.В. Доценко

Для улучшения качества работы с обращениями граждан и организаций Вы можете оставить свой отзыв или предложения в форме обратной связи на официальном сайте ФАС России, пройдя по ссылке: <http://vote.fas.gov.ru/poll01/node/115>

Исп.Склярова Яна Вячеславовна тел.8(499)755-23-23 вн.088-440