

ООО «Тойота Мотор»

141031, Московская обл.

Мытищинский район

территория МКАД 84-й км

ТПЗ «Алтуфьево», владение 5, строение 1

ООО «Медиана Би Эйч»

121596, г. Москва, ул. Горбунова, д. 2

строение 3, эт 8, пом II, ком 38 Д, оф. 48

ООО «Денцу Икс»

121609, город Москва, Бульвар Осенний, дом 23,

эт 4 пом I ком 6

О П Р Е Д Е Л Е Н И Е

об отложении и продлении срока рассмотрения дела № 068/05/5-554/2020

08 октября 2020 года

г. Тамбов

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тамбовской области по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – врио руководителя Мазаева С.В.,

члены Комиссии – начальник отдела регулирования деятельности естественных монополий и рекламного контроля Мурзин К.И., заместитель начальника отдела регулирования деятельности естественных монополий и рекламного контроля Моисеева Е.Л.,

рассмотрев дело № 068/05/5-554/2020 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы услуг автосалона «Тойота», содержащей недобросовестные и недостоверные сведения,

У С Т А Н О В И Л А:

Тамбовским УФАС России в ходе осуществления государственного контроля за соблюдением участниками рекламной деятельности законодательства Российской Федерации о рекламе в сети Интернет в июне 2020 года установлено следующее.

В новостной ленте социальной сети «ВКонтакте» размещается реклама компании «Тойота» группы «Toyota Russia» с рекламной записью (https://vk.com/wall-58488678_98361) следующего содержания: «Надежность и длительный срок службы автомобиля могут обеспечить только оригинальные запчасти, соответствующие высочайшим стандартам качества и безопасности Toyota. Паразитам не место в Вашем автомобиле. Неоригинальные запчасти вредят автомобилю и подвергают Вашу жизнь опасности. Покупая неоригинальные запчасти, вы подвергаете опасности себя и автомобиль. www.toyota.ru».

Согласно части 1 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно части 9 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" реклама, содержащая некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими

продавцами, признается недобросовестной.

При анализе информации, необходимо иметь в виду, что рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся.

Следует учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускается сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

Поэтому реклама может быть признана недостоверной и в том случае, когда сведения, не соответствующие фактическим обстоятельствам, касаются деятельности (товара) конкурентов.

Законодательство не содержит разъяснений, что можно считать некорректным сравнением, нет и критериев "корректности". В то же время на практике некорректными признаются случаи, когда без видимых оснований аналогичные товары (услуги) иных продавцов (исполнителей, производителей), а также сами иные продавцы, (исполнители, производители) снабжаются эпитетами, принижающими их качественные характеристики.

При этом общей речевой стратегией такой рекламы является стратегия дискредитации на основе сравнения. Цель (снижение имиджа) достигается в результате применения комплекса приемов, ориентированных на передачу отрицательной информации, направленных на формирование предпочтения к рекламируемому товару (услуге), продавцу (исполнителю, производителю) за счет негативной (зачастую уничижительной) оценки аналогичных товаров (услуг), других продавцов (исполнителей, производителей).

В рекламе компании «Тойота» следующего содержания: «Надежность и длительный срок службы автомобиля могут обеспечить только оригинальные запчасти, соответствующие высочайшим стандартам качества и безопасности Toyota. Паразитам не место в Вашем автомобиле. Неоригинальные запчасти вредят автомобилю и подвергают Вашу жизнь опасности. Покупая неоригинальные запчасти, вы подвергаете опасности себя и автомобиль» присутствует некорректное сравнение рекламируемых оригинальных автозапчастей Toyota с аналогичными автозапчастями других производителей, в том числе неоригинальными, путем указания на соответствие у первых высочайшим стандартам качества и безопасности, а также надежность и длительный срок эксплуатации автомобиля.

При этом, из формы подачи и смысла рекламной информации вытекает явная негативная оценка использования потребителями автозапчастей других

производителей (неоригинальные запчасти вредят автомобилю и подвергают Вашу жизнь опасности. Покупая неоригинальные запчасти, вы подвергаете опасности себя и автомобиль), и некорректное сравнение его с конкурирующими товарами (паразитам не место в Вашем автомобиле).

С учетом изложенного, в рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно пункту 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Содержащиеся в рекламе выражения «неоригинальные запчасти вредят автомобилю», «покупая неоригинальные запчасти, вы подвергаете опасности себя и автомобиль», «паразитам не место на вашем автомобиле» содержат сравнение автозапчастей оригинальных с автозапчастями других производителей и акцентирует превосходство оригинальных автозапчастей «Тойота».

Следовательно, реклама направлена на получение преимущества при осуществлении предпринимательской деятельности. В результате использования в рекламе такой сравнительной характеристики рекламируемый товар может восприниматься потребителями как первый по всем возможным показателям, а реклама может ввести их в заблуждение относительно потребительских свойств и качеств товаров при их выборе.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения пунктов 1, 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Лицом, в чьих интересах распространяется вышеуказанная реклама является

ООО «Тойота Мотор» (141031, Московская обл., Мытищинский район, территория МКАД 84-й км ТПЗ «Алтуфьево», владение 5, строение 1, ОГРН: 1027739386400, дата присвоения ОГРН: 15.10.2002).

Согласно данным, представленным ООО «В Контакте» (вх. от 04.09.2020 № 5463), лицом разместившем рассматриваемое рекламное объявление, является ООО «Медиана Би Эйч» (121596, г. Москва, ул. Горбунова, д. 2, строение 3, эт. 8, пом. II, ком. 38 Д, оф. 48, ОГРН: 1117746097677, дата присвоения ОГРН: 14.02.2011, ИНН: 7701906766, КПП: 773101001).

08.09.2020 в отношении ООО «Тойота Мотор» и ООО «Медиана Би Эйч» возбуждено дело № 068/05/5-554/2020 по признакам нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, пунктов 1,2 части 4 статьи 5 Закона о рекламе.

ООО «Тойота Мотор» в письме от 01.10.2020 (вх. от 06.10.2020 № 6151) указало, что рекламные материалы были разработаны ООО «Эдвайс» по заданию ООО «Тойота Мотор» по договору от 28.03.2016 № 6584, заказу № 20 к нему, а также заявки на производство от 11.12.2017 № 513 и акта приема-передачи от 25.12.2017 № 887. Макет рекламных материалов был утвержден руководителем отдела маркетинговых коммуникаций <...>, действовавшей на основании доверенности от 22.06.2018 № 259-2 в пределах представленных полномочий. Рекламные материалы размещались на период с 01.06.2020 по 30.06.2020 и с 01.08.2020 по 18.08.2020. Кроме того, рекламный материал распространялся в Яндекс Поиск, Гугл Поиск, Яндекс РСЯ, Фейсбук/Инстаграмм, ВКонтакте, Target.Mail.

ООО «Медиана Би Эйч» в письме от 05.10.2020 № 021020 (вх. от 06.10.2020 № 6148) сообщило, что между ООО «Медиана Би Эйч» и ООО «Ай Проспект» заключен договор от 08.02.2013 № IP-09/08-02/13. В соответствии с приложениями от 25.06.2020 № 3514 и от 01.08.2020 № 3627 к договору от 08.02.2013 № IP-09/08-02/13 ООО «Медиана Би Эйч» в период с 01.06.2020 по 30.06.2020 и с 01.08.2020 по 18.08.2020 разместило на ресурсах Вконтакте/Vkontakte, Target.Mail предоставленную ООО «Ай Проспект» рекламу «Тойота» группы «Toyota Russia». Для оказания услуг по размещению вышеуказанной рекламы ООО «Медиана Би Эйч» привлекло третьих лиц: ООО «В Контакте», ООО «Мэйл.ру».

На рассмотрении дела №068/05/5-554/2020 08.10.2020 представители ООО «Тойота Мотор» указывают на то, что в рекламе подчеркивается именно оригинальность запчастей Toyota, которые в действительности соответствуют стандартам качества Toyota, произведены под контролем Toyota и правомерно содержат товарный знак Toyota, подтверждая принадлежность таких запасных частей к товарам Toyota, качество и безопасность которых гарантирует ООО «Тойота Мотор» и иные компании группы Toyota.

По мнению ООО «Тойота Мотор», производители контрафактной продукции,

на которые неправомерно нанесен товарный знак Toyota в отсутствие соответствующего договора с правообладателем, не могут считаться конкурентами ООО «Тойота Мотор».

Целью данной рекламы было повышение осведомленности клиентов о возможном вреде для клиента и его автомобиля от использования контрафактных запасных частей, а не сравнение продукции Toyota с продукцией других производителей-конкурентов, правомерно выпускающих аналогичную продукцию под своими товарными знаками. При разработке и утверждении рекламного материала не было принято во внимание, что они могут потенциально иметь иное толкование.

Представитель ООО «Медиана Би Эйч» на рассмотрении дела сообщил, что рекламный материал был получен от ООО «Ай Проспект». Между ООО «Медиана Би Эйч» и ООО «Ай Проспект» заключен договор от 08.02.2013 № IP-09/08-02/13. Прямого договора с ООО «Тойота Мотор» общество не имеет. Для оказания услуг по размещению вышеуказанной рекламы ООО «Медиана Би Эйч» привлекло третьих лиц: ООО «В Контакте», ООО «Мэйл.ру». Размещение рекламы должно было осуществляться до 31.08.2020, однако, после получения информации о том, что данный материал нарушает Закон о рекламе, размещение было прекращено 18.08.2020.

Установлено, что между ООО «Тойота Мотор» и ООО «Денцу-Смарт» (в настоящее время ООО «Денцу Икс» (121609, город Москва, Бульвар Осенний, дом 23, эт 4 пом I ком 6, ОГРН: 1087746757944, дата присвоения ОГРН: 19.06.2008, ИНН: 7731596504, КПП: 773101001) заключен договор от 29.01.2016 № DS010116-002 оказания медиа-услуг, связанных с размещением рекламных материалов.

Таким образом, ООО «Денцу Икс» подлежит привлечению к участию в рассмотрении дела в качестве заинтересованного лица.

В соответствии с пунктом 34 Правил рассмотрения Антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе утвержденные Постановлением Правительством Российской Федерации от 17 августа 2006 г. N 508 (далее Правила), рассмотрение дела может быть отложено в связи с необходимостью получения антимонопольным органом дополнительных доказательств, а также привлечением к участию в рассмотрении ООО «Денцу Икс» в качестве заинтересованного лица,

Срок рассмотрения дела истекает 08.10.2020 года.

В соответствии с пунктом 27 Правил срок рассмотрения дела может быть продлен на два месяца.

С учётом изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», пунктами 27, 34 Правил, Комиссия

О П Р Е Д Е Л И Л А:

1. Рассмотрение дела № 068/05/5-554/2020 отложить.
2. Продлить срок рассмотрения дела на два месяца.
3. Назначить рассмотрение дела № 068/05/5-554/2020 на **10 ноября 2020 года в 11.00 часов** по адресу: г. Тамбов, ул. Державинская, 1 (3-й этаж, левое крыло, комната № 352).
4. Привлечь к участию в деле:

ООО «Денцу Икс» (121609, город Москва, Бульвар Осенний, дом 23, эт 4 пом I ком 6, ОГРН: 1087746757944, дата присвоения ОГРН: 19.06.2008, ИНН: 7731596504, КПП: 773101001) в качестве заинтересованного лица.

5. **ООО «Денцу Икс»** в срок **до 06 ноября 2020 года** представить в Тамбовское УФАС России копии документов и материалов (договоры, акты выполненных работ, платежные документы, макеты), связанные с исполнением обязательств ООО «Тойота Мотор» по оказанию услуг распространения вышеуказанной рекламы.

В связи с эпидемиологической обстановкой лицам, участвующим в деле, предлагается принять участие в заседании Комиссии посредством видео-конференц-связи либо направить ходатайство о его рассмотрении без участия своих представителей.

Для участия в заседании посредством видео-конференц-связи лицам необходимо заблаговременно направить в Тамбовское УФАС России соответствующее ходатайство (в нем, в т.ч. указать контактное лицо и его телефон) и доверенность на представителя. Доверенность должна быть представлена в оригинале или в форме электронного документа, заверенного усиленной квалифицированной электронной подписью (на а д р е с to68@fas.gov.ru). При себе необходимо иметь документ удостоверяющего личность представителя.

Обязанность предоставления в антимонопольный орган информации, в том числе составляющей коммерческую, служебную и иную охраняемую законом тайну, установлена статьей 34 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

Дополнительно сообщаем, что непредставление или несвоевременное представление в федеральный антимонопольный орган сведений (информации), а равно представление сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде, влечет ответственность, предусмотренную статьей 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Председатель

Комиссии

С.В. Мазаева

Члены Комиссии

К.И. Мурзин

Е.Л. Моисеева

