

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 3-01/42-2015

19 октября 2015 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Политивная часть решения объявлена 19 октября 2015 года.

Сессия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

рассмотрев дело № 3-01/42-2015 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное в отношении общества с ограниченной ответственностью «Лидер» (ИНН 5836659050; далее – ООО «Лидер») по поводу распространения в г. Пензе на заднем стекле автобуса малой вместимости №16 рекламы «Компаний много ЛИДЕР один. Натяжные потолки 770-800», содержащей признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ о рекламе (далее – ФЗ «О рекламе»),

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – представителя ООО «Лидер» <...> по доверенности от 19.10.2015,

УСТАНОВИЛА:

Пензенское УФАС России поступило заявление <...> (от 29.07.2015 вх. № 1001-э) по поводу распространения в г. Пензе в июле 2015 года недостоверной рекламы со знаком «компаний много ЛИДЕР один», размещенной на заднем стекле автобуса малой вместимости №16.

Пензенским УФАС России определением от 11.08.2015 по факту распространения в г. Пензе в июле 2015 года на заднем стекле автобуса малой вместимости №16 рекламы со знаком «компаний много ЛИДЕР один» возбуждено дело № 3-01/42-2015 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе». К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечено ООО «Лидер».

По заявлениям, послужившим основанием для возбуждения дела № 3-01/42-2015, ООО «Лидер» 12.10.2015 представлены письменные пояснения, из которых следует, что использование в рекламе «компаний много ЛИДЕР один» - основополагает и понимается как само название компании – Общества (ООО «Лидер»), исходя из чего компания (Общество ООО «Лидер») является действительно единственной из ряда других компаний по установке натяжных потолков в Пензенской области и г. Пензе. Имя компании (организаций) в г. Пензе – ООО «Лидер» как юридическое лицо,

ывающее услуги по установке натяжных потолков, одно.

де рассмотрения дела № 3-01/42-2015 представитель ООО «Лидер» поддержал
ды, изложенные в письменных пояснениях от 12.10.2015. Но, вместе с тем, факт
шения законодательства о рекламе признал. Пояснил, что допущенное нарушение
зошло в связи с незнанием требований законодательства о рекламе.

лв представленные документы, заслушав пояснения лиц, участвующих в
мотрениии дела, Комиссия пришла к следующему выводу:

сновании договора от 01.07.2015 на оказание услуг, заключенного с
видуальным предпринимателем <...>, ООО «Лидер» в июле 2015 года на заднем
ле автобуса малой вместимости №16 была размещена информация следующего
ржжания: «Компаний много ЛИДЕР один. Натяжные потолки 770-800». Мелким шрифтом
аны: «ИНН 5836659050 ОГРН 1135836004589». Данная информация представлена на
; изображения нарисованного мужчины (фотографии в материалах дела).

ответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация,
ространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых
дств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение
ания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему
) продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается
р, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты
лектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым
авлена реклама.

ли словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять
ующим условиям, а именно:

дзначаться для неопределенного круга лиц;

злекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

собствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке.

неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее
делены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны
отношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

наком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту
родвижения его на рынке и закрепить его образ в памяти потребителя.

матриваемая информация по своему содержанию и целевой направленности
ется рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на
лечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание
реса к ним и их продвижение на рынке.

асно части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и
оверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

ответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается
ама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о
муществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами,

ые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

еуказанной рекламе содержится слоган: «Компаний много ЛИДЕР один».

асно толковым словарям:

эгова, лидер: 1. Глава, руководитель политической партии, общественно-политической организации или вообще какой-н. группы людей; человек, пользующийся авторитетом и влиянием в каком-н. коллективе. Политический лидер. 2. Спортсмен или спортивная команда, идущие первыми в состязании. Лидер турнира. Гонка за лидером (в велоспорте: вслед за идущим впереди мотоциклом). 3. Корабль, возглавляющий эскадру, группу судов.

словомой, лидер: 1. Вождь политической партии, руководитель общественно-политической организации. Тот, кто пользуется особым авторитетом среди кого-либо. 2. Спортсмен или команда, идущие первыми в каком-либо состязании. 3. Судно, идущее первыми в группе.

в соответствии с толкованием данного слова следует, что слово «лидер» означает «первый», «лучший» и т.д.

в соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами федерального закона «О рекламе» № 58 от 18.06.2012, использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «лучший», «номер один» должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

в рекламе, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о свойствах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, произведенными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

в соответствии с указанными требованиями, соответствие действительности сведений, содержащихся в рекламе, должно быть документально подтверждено.

в ходе рассмотрения дела установлено, что в рекламе, размещенной на заднем стекле автобуса малой вместимости №16 используется термин в превосходной степени «лидер», без указания конкретного критерия.

использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

использование термина «лидер», свидетельствует о превосходстве «Компании по установке натяжных потолков», принадлежащей ООО «Лидер», в сравнении с другими компаниями, поскольку «лидер» подразумевает, что рекламируемая компания является первой из ряда других однородных компаний, обладает более высокими достоинствами и преимуществом перед ними во всех отношениях.

в городе Пензе в настоящее время на товарном рынке работает несколько десятков компаний, предлагающих аналогичные услуги, оказываемые ООО «Лидер».

к, на котором осуществляет свою деятельность ООО «Лидер», является
лрентным, и утверждение: «Компаний много ЛИДЕР один» носит недостоверный
иктер.

этом информация «Компаний много ЛИДЕР один» в ходе рассмотрения дела
ментально подтверждена не была, доказательств, свидетельствующих, что данная
низация имеет какие-либо преимущества перед другими компаниями, Комиссии не
,ставлено.

д представителя ООО «Лидер» относительно того, что в рекламе используется
енование организации, является необоснованным.

ования к фирменному наименованию организации устанавливаются ГК РФ.

асно части 1 статьи 54 Гражданского Кодекса Российской Федерации,
дическое лицо имеет наименование, содержащее указание на его организационно-
овую форму.

ссматриваемом случае, согласно Устава, полное официальное наименование на
ком языке читается как – Общество с ограниченной ответственностью «ЛИДЕР»,
ощенное наименование – ООО «ЛИДЕР».

кламе ООО «Лидер» содержится только указание на слово «лидер», не являющимся
циальным наименованием самой организации.

ых определения наличия либо отсутствия признаков нарушения пункта 1 части 3
и 5 ФЗ «О рекламе» рассмотрение содержания рекламы со слоганом «Компаний
о ЛИДЕР один» было включено в повестку заседания Экспертного совета по рекламе
Тензенском УФАС России, все члены которого согласились с тем, что фраза,
льзуемая в рекламе, означает то, что рекламируемая компания является лучшей,
ой среди других предприятий, предлагающих аналогичные услуги. Судя по
инке «ЛИДЕР» используется и как название фирмы (прописные буквы в тексте) и как
тип на груди у спортсмена – лидера в чем-то. Рекламодатель сознательно употребил
сламе название фирмы как психологическое воздействие на потребителя: лидер –
лт первый среди других изготовителей натяжных потолков.

е того, с целью установления мнения рядового потребителя о рекламе со слоганом
паний много ЛИДЕР один», Пензенским УФАС России в августе 2015 года был
еден экспресс-опрос, по результатам которого 75% (30 голосов) согласились с тем,
логан данной компании натяжных потолков подразумевает то, что компания
этся единственной (лучшей) из числа других конкурентов, обладает высокими
оинствами во всех отношениях.

м образом, слово «лидер» в контексте рекламной информации означает степень
лютного превосходства и формирует представление о компании натяжных
лков, как возглавляющей рынок по изготовлению (установке) натяжных потолков в
оне. При этом критерии, по которым осуществляется сравнение, в рекламе не
ржкится.

ывая изложенное, реклама со слоганом «Компаний много ЛИДЕР один»,
ещенная на заднем стекле автобуса малой вместимости №16, нарушает
ования пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

асно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

асно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 настоящего закона несет рекламодатель.

в соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – это изготовитель товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) размещение рекламы лицо.

рекламодателем вышеуказанной рекламы является ООО «Лидер» (ИНН 5836659050), что подтверждается договором от 01 июля 2015 года б/н на оказание услуг по размещению рекламы на задних стеклах автобусов малой вместимости №16 с индивидуальным рекламодателем <...>

исходя из вышеизложенного, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, комиссия пришла к выводу, что ООО «Лидер» нарушило требования пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

асно статье 1 ФЗ «О рекламе», целями данного закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

в соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения законодательства о рекламе, обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, вынесение о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно статье 33 ФЗ «О рекламе» предусмотрены полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного надзора в сфере рекламы, в частности, выдавать рекламодателям, рекламораспространителям, рекламопроизводителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В ходе рассмотрения дела Комиссии Пензенского УФАС России доказательств нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» ООО «Лидер» представлено не было.

Исходя из чего Комиссия Пензенского УФАС России считает целесообразным выдать рекламодателю предписание о прекращении нарушения требований рекламного законодательства.

Согласно части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения монопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

признать ненадлежащей рекламу: «Компаний много ЛИДЕР один. Натяжные потолки ООО», распространяемую ООО «Лидер» в июле 2015 года на заднем стекле автобуса №16 вместимости №16, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 14.3 «О рекламе».

2. Выдать ООО «Лидер» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 30 октября 2015 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.