ООО «Завод Челябторгтехника»

454007, г. Челябинск,

пр. Ленина, д. 2 «в»

ООО «Челябторгтехника – С»

454007, г. Челябинск,

пр. Ленина, д. 2 «в»

ООО «Деловой квартал - ЧБ»

г. Челябинск, 454091,

пл. МОПРа, д. 10, оф. 310

<…>

ООО «Челябинский Завод

Технологического

Оборудования»

454085, г. Челябинск,

ул. Марченко, д. 22,

литера Б1, офис 300

<…>

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

О РЕКЛАМЕ № 074/05/5-739/2020

03 апреля 2020 года г. Челябинск, пр. Ленина, 59

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) <…>, рассмотрев заявление ООО «Завод Челябторгтехника», ООО «Челябторгтехника – С» по факту размещения рекламной статьи «ЧЗТО: задаем тенденции в HoReCa и Retail» в журнале «Деловой квартал» Челябинск № 10 (9353) 28.10.2019 и на Интернет-ресурсе https://chel.dk.ru, с признаками нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе»,

УСТАНОВИЛА:

В Челябинское УФАС России поступило заявление ООО «Завод Челябторгтехника», ООО «Челябторгтехника – С» (далее – Заявитель) на действия ООО «Челябинский Завод Технологического Оборудования» (далее – ООО «ЧЗТО»), выразившиеся в распространении на Интернет-ресурсе https://chel.dk.ru/news/chzto-zadaem-tendentsii-v-horeca-i-retail-237127605; в журнале «Деловой квартал» Челябинск № 10 (9353) 28.10.2019, рекламной статьи «ЧЗТО: задаем тенденции в HoReCa и Retail», содержащей сведения о преимуществах оборудования, производимого ООО «Челябинский Завод Технологического Оборудования» с указанием недостоверной информации: «…Стартап… новое производство…Мы – лучшие...На сегодняшний день это лучшее оборудование в России и СНГ…уникальные производственные идеи, оригинальные инженерные решения…» и т.п.

Заявитель указывает, что ООО «Завод Челябторгтехника» на рынке производства и поставки оборудования для ресторанов, баров, кафе и отелей существует более 7 лет, группа компаний «Челябторгтехника» более 50 лет, в связи с этим сведения о том, что отрасль новая и является стартапом ООО «ЧЗТО» не соответствуют действительности.

Также Заявитель указывает, что ниша рынка, о которой идет речь в статье, достаточно представлена на территории Российской Федерации такими компаниями как: АО «Тулаторгтехника» (г. Тула), ООО «Машиностроительное предприятие АТЕСИ» (Московская область), ООО «Итерма (г. Ярославль), АО «Чувашторгтехника» (г.Чебоксары) и другими, в связи с этим сведения в статье о том, что отсутствуют конкуренты на данном рынке не соответствуют действительности.

По мнению Заявителя, присутствующие в статье слова и словосочетания о преимуществах оборудования ООО «ЧЗТО», а именно: «лучшим», «аналогов такому оборудованию в России нет», «уникальные идеи», «лучшие инженерные решения», «премиального уровня», «…лучше чем оборудование большинства производителей», «на высоком уровне», «лучшие на отечественном рынке» без указания конкретных характеристик и параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, нарушают рекламное законодательство.

Заявитель считает, что в заблуждение о преимуществах оборудования ООО «ЧЗТО» вводится большой круг лиц, поскольку тираж журнала «Деловой квартал» Челябинск составляет 5 000 экземпляров, аудитория Интернет-ресурса chel.dk.ru более 100 000 посетителей ежемесячно.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального 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 правовой позиции, изложенной в пункте 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 08.10.2012 «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.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Рекламная статья «ЧЗТО: задаем тенденции в HoReCa и Retail…», размещенная на Интернет-ресурсе https://chel.dk.ru/news/chzto-zadaem-tendentsii-v-horeca-i-retail-237127605 и в журнале «Деловой квартал» Челябинск № 10 (9353) 28.10.2019 (далее - Реклама) содержит слова и словосочетания о преимуществах оборудования ООО «ЧЗТО», а именно: «лучшим», «аналогов такому оборудованию в России нет», «уникальные идеи», «лучшие инженерные решения», «премиального уровня», «… лучше чем оборудование большинства производителей», «на высоком уровне», «лучшие на отечественном рынке» и т.п. без указания конкретных характеристик и параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение.

ООО «ЧЗТО» в антимонопольный орган не представило какие-либо документальные доказательства (независимые маркетинговые исследования и т.п.), по результатам которых оборудование общества было бы признано «лучшим» и имеющим преимущества перед оборудованием других производителей, отсутствие иных производителей и поставщиков (конкурентов) на рынке производства и поставки оборудования для ресторанов, баров, кафе и отелей на территории Российской Федерации.

При изложенных обстоятельствах, Реклама содержит признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со статьей 38 Федерального закона «О рекламе» за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

В силу пункта 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» **рекламодатель** - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно договору на оказание рекламных услуг № ДКЧБ-158 от 30.09.2019, между ООО «Деловой квартал - ЧБ» и ООО «ЧЗТО», последнее является рекламодателем.

Из акта выполненных работ № 648 от 18.10.2019 усматривается, что ООО «ЧЗТО» приняло оказанные ему услуги ООО «Деловой квартал - ЧБ» по размещению рекламных материалов без каких-либо замечаний.

Согласно пункту 27 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства РФ от 17 августа 2016 года № 508 (далее – Правила) дело рассматривается антимонопольным органом в

течение 1-го месяца со дня его возбуждения. В исключительных случаях срок рассмотрения дела может быть продлен антимонопольным органом, но не более чем на 2 месяца.

Указом Президента Российской Федерации от 02.04.2020 № 239 «О мерах по обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия населения на территории Российской Федерации в связи с распространением новой коронавирусной инфекции (COVID-19)» установлены с 4 по 30 апреля 2020 года включительно нерабочие дни с сохранением за работником заработной платы.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21, 27 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 074/05/5-739/2020 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Продлить срок рассмотрения дела № 074/05/5-739/2020 до 03 июля 2020 года.

3.Назначить дело № 074/05/5-739/2020 к рассмотрению **на 13 мая 2020 года на 14 часов 00 минут** по адресу: г. Челябинск, пр.Ленина, 59, каб.320.

4. Признать лицами, участвующими в деле:

4.1) Заявитель - ООО «Завод Челябторгтехника» (454007, г. Челябинск, пр.Ленина, д. 2 «в»);

4.2) Заявитель - ООО «Челябторгтехника – С» (454007, г. Челябинск, пр.Ленина, д. 2 «в»);

4.3) ООО «Деловой квартал - ЧБ» (г. Челябинск, 454091, пл. МОПРа, д. 10, оф. 310);

4.4) ООО «Челябинский Завод Технологического Оборудования» (454085, г. Челябинск, ул. Марченко, д. 22, литера Б1, офис 300).

5. ООО «Челябинский Завод Технологического Оборудования» представить в срок **до 12 мая 2020 года** в Челябинское УФАС России копии следующих документов и информацию:

5.1) документальные доказательства (независимые маркетинговые исследования и т.п.), достоверности указанных в Рекламе сведений:

«…**новое производство**, запущенное в Челябинске в начале 2019 года – «Челябинский завод технологического оборудования»… Здесь делают оборудование для сегмента общественного питания…На сегодняшний день **это лучшее оборудование в России и СНГ**…»;

«…у нас была подобрана команда: конструкторы, управленцы, производственники, специалисты по продажам. У членов этой команды были **уникальные производственные идеи**, **оригинальные инженерные решения**…»;

«**…**конкурентов с аналогичным предложением у нас практически нет. **Мы – лучшие на отечественном рынке в сегменте качественного оборудования для отелей, ресторанов и розничной торговли…»;**

«…мы сумели сделать комплексный **набор лучших инженерных решений…»;**

«Наша продукция – **премиального уровня**…»;

«…наша продукция **отличается высокими инженерными решениями** и эстетичным внешним видом…»;

«…применяем решения, которые **технологичнее и интереснее других, существующих** на сегодняшний день…»;

«…**обеспечивает свежесть лучше, чем оборудование большинства производителей**…»;

«…И как раз наше оборудование обеспечивает **нужное качество хранения**…»;

«…Мы сегодня вообще практически **вне конкуренции с российскими производителями** по объему ноу-хау и инженерных решений, по качеству изготовления…»;

«…**интересный** конструкторский отдел – творческие ребята. Благодаря им мы уже получили три патента…»;

«…Для каждого изделия делаем множество серьезных расчетов…с элементами компьютерного моделирования, что практически **никто не использует** в России…»;

«…наши конструкторы так проработали пульты, что они доступны и одновременно невидимы…**ноу-хау, которое не использует пока никто**: в верхней части модуля откидывающиеся фасады, под которыми спрятана вся электроника…»;

«…Адаптация к дизайну у нашего оборудования – **максимальная** на сегодняшний день…»;

«…когда мы делаем продукцию массово, **каждая операция получается у нас лучше и качественнее**…»;

«…произвести **на высоком технологическом уровне**…»;

«…У нас **исполнение на уровне**…».

5.2) письменные пояснения об основаниях размещения в Рекламе сведений по пункту 4.1 определения, при условии, что в Рекламе не указаны конкретные критерии, по которым осуществляется сравнение и которые имеют объективное подтверждение;

5.3) иные документы, имеющие значение для рассмотрения дела.

Запрашиваемые документы и информацию просим представить в Челябинское УФАС России в прошитом и пронумерованном виде с описью вложения и

сопроводительным письмом.

Надлежит представить запрашиваемые документы и информацию по каждому пункту (при отсутствии каких-либо документов и информации указать причину).

За непредставление, несвоевременное представление либо представление заведомо недостоверных сведений по требованию антимонопольного органа, действующим законодательством предусмотрена административная ответственность.

Председатель Комиссии <…>