

РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ № 06-03-13/11

20 ноября 2013 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия Мурманского УФАС), в присутствии представителя ООО «М.видео Менеджмент» <К...>(по доверенности от 01.10.2013г.)

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области (далее УФАС по Мурманской области, Управление) поступило заявление ООО «М.Видео Менеджмент» в отношении ООО «Гипер» о распространении наружной рекламы на автотранспорте, содержащей некорректное и недостоверное сравнение сети магазинов «КомпьютерМАГ» с сетью магазинов «М.видео». Из заявления следует, что в указанной рекламе приводится сравнение торговых сетей без указания на какой-либо конкретный товар или цену, что вводит неограниченный круг лиц (потребителей) в заблуждение относительно цен на товары в магазинах сети «М.видео». Также заявитель полагает, что информация, распространенная посредством рекламы, является искаженной и недостоверной, т.к. цены заявителя на ряд товаров ниже, чем в магазинах сети «КомпьютерМАГ».

Заявитель считает, что такие действия ООО «Гипер» причиняют ему существенные убытки, а также ущерб его деловой репутации. В частности, в заявлении указано, что некоторые потенциальные покупатели отказались покупать товары в магазине «М.видео», мотивируя это тем, что в магазинах «КомпьютерМАГ» они могут купить такие же товары в два, а то и четыре раза дешевле. По мнению заявителя, результатом таких действий стало значительное падение потребительского спроса в магазинах сети «М.видео». Кроме того, недостоверная информация формирует негативное отношение потребителей к магазинам сети «М.видео», как к магазинам с необоснованно высокими ценами. В обосновании своего довода о недостоверности размещенной на баннере информации, создающей впечатление у потребителей о действительно низких ценах в магазине, заявителем приложена распечатка с сайтов торговых сетей «КомпьютерМАГ» и «М.видео».

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе

реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы

любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;

объект рекламирования - товар, **средства индивидуализации юридического лица** и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), **на привлечение внимания к которым направлена реклама**;

товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с [пунктом 1 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения, в том числе о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, произведенными другими изготовителями или реализующимися другими продавцами, признается недобросовестной ([пункт 1 части 2 статьи 5](#) Закона о рекламе).

04 сентября 2013 года определением о возбуждении дела № 06-03-12/11 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрение дела было назначено на 03.10.2013 в 10.00 и приглашены заявитель ООО «М.Видео Менеджмент» и общество с ограниченной ответственностью «Гипер» (ИНН 5190009216, ОГРН 1125190010758, инд. 183038, г. Мурманск, ул. Коминтерна, д.22), в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе.

В назначенный срок лица участвующие в деле: ООО «Гипер» и ООО «М.Видео Менеджмент» не явились на рассмотрение дела в антимонопольный орган.

Комиссия установила, что невозможно рассмотрение дела в отсутствии данных лиц и в соответствии с четвертым абзацем пункта 34 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006г. № 508, отложила рассмотрение дела № 06-03-13/11 до **20 ноября 2013 в 10.00**

20 ноября 2013 ООО «Гипер» (Далее - Общество) не явилось на рассмотрение дела № 06-03-13/11 по признакам нарушения рекламного законодательства.

ООО «Гипер» на электронный адрес УФАС по Мурманской области 20 ноября 2013 года представило копию Устава, выписку из ЕГРЮЛ и направило по факсимильной связи письменные пояснения.

Комиссия изучила содержание рекламы, материалы дела и письменные объяснения, заслушала пояснения представителя заявителя ООО «М.Видео

Менеджмент» <К...>.

Установлено, что спорная реклама распространялась 10.07.2013 в день обращения ООО «М.Видео Менеджмент» с заявлением в УФАС по Мурманской области и 18.07.2013 в день составления Мурманским УФАС России акта осмотра рекламной конструкции.

Согласно материалам дела, 18.07.2013 специалистами УФАС по Мурманской области был проведен осмотр рекламной конструкции и составлен соответствующий акт.

В результате осмотра подтвержден факт наличия рекламы на автомобиле марки Хёндай гос.номер е759ме, находящемся напротив универмага «Волна», по адресу г.Мурманск, ул.Ленинградская, д.20, в виде баннера с информацией, рекламирующей сеть магазинов «КомпьютерМАГ».

Информационное поле рекламной конструкции направлено к входу в ТЦ «Волна».

На баннере изображены девушка в красной футболке с угадывающимся логотипом «М.видео» и слоганом «Нам не все равно», а также молодой человек. При этом рядом с девушкой размещено изображение прямой речи на красном фоне с надписью «Не покупай один по цене двух», а рядом с молодым человеком – изображение прямой речи на синем фоне с надписью «Купи два по цене одного». В центре баннера расположено крупное изображение логотипа и надпись «сеть универсальных магазинов «КомпьютерМАГ» «бытовая техника и компьютеры». Преимущественным цветом указанного изображения является синий.

Слоган - рекламный лозунг: четкая, ясная и сжатая формулировка рекламной идеи, которая легко воспринимается и запоминается.

Согласно пункту 2 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012г № 58 размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Рассматриваемая реклама, содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера, предназначена для неопределенного круга лиц (установлена в центре города Мурманска на пересечении улиц Ленинградская и Воровского); преследует цели информирования о сети универсальных магазинов «Компьютер Маг», а также формирует интерес к ценам на товары, реализуемые магазином «Компьютер Маг», побуждает посетить магазины Компьютер Маг, призывая: « купи два по цене одного».

Объектами рекламирования являются:

- магазин «КомпьютерМаг»;

- товары, реализуемые магазином «КомпьютерМаг».

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

Из представленных материалов следует, что ООО «Гипер» зарегистрировано в Едином государственном реестре юридических лиц 26.06.2012г, за основным регистрационным номером 1125190010758. Согласно выписки ЕГРЮЛ от 13.08.2013г. ООО «Гипер» находится в Мурманск, ул. Коминтерна, д.22, генеральный директор <К...> (15.11.2013г. внесены изменения в ЕГРЮЛ о юр.лице).

ООО «Гипер» осуществляет розничную торговлю радио- и телеаппаратурой и бытовыми электротоварами.

Из письменных объяснений ООО «Гипер», направленных 20.11.2013г. факсимильной связи в Мурманское УФАС России следует, что ООО «Гипер» не согласно с доводами указанными в заявлении ООО «М.видео Менеджмент» и не считает себя нарушившим рекламное законодательство.

По мнению ООО «Гипер» реклама размещалась в непосредственной близости от расположения магазина «КомпьютерМаг» и не несла в себе смысловую нагрузку о сравнении двух торговых сетей. В рекламе упоминается единственная сеть магазинов «КомпьютерМаг», ссылки на то, что в рекламе так же упоминается сеть магазинов «М.видео» безосновательны. При ближайшем рассмотрении рекламы, на футболке девушки читаются буквы «В» и «И» и фраза «все равно», что не сопоставимо с сетью Магазинов «М.видео». Согласно пояснению, в период распространения рассматриваемой рекламы, в сети магазинов «КомпьютерМаг» проводилась акция – купи два товара по цене одного и смысловой посыл данной рекламы заключался в том, что в этот период в сети магазинов «КомпьютерМаг» можно было приобрести два товара по цене одного.

Присутствовавший в заседании представитель ООО «М.видео Менеджмент» не согласен с пояснениями ООО «Гипер».

ООО «М.видео Менеджмент» зарегистрировано в Едином государственном реестре юридических лиц 05.05.2005г, за основным регистрационным номером 1057746840095. Согласно выписки ЕГРЮЛ от 06.11.2013г. ООО «М.видео Менеджмент» находится в Москве, ул. Красносельская Нижняя, д.40/12, корпус 20. ООО «М.видео Менеджмент» осуществляет розничную торговлю радио- и телеаппаратурой и бытовыми электротоварами.

ООО «М.видео Менеджмент» имеет зарегистрированный логотип - на красном фоне, белыми буквами выполнена надпись **М:видео**.*mvideo.ru* обрамленная белой линией в виде овала. Ниже белыми буквами нанесен слоган: « нам не всё равно 20 лет».

Со слов представителя, Общество использует данный логотип в оформлении своих магазинов, в рекламе, а также в форменной одежде продавцов. На обозрение комиссии представлена фотография фирменной футболки магазина «М.видео», которую выдают продавцам сети магазинов «М.видео» в качестве форменной одежды (фотография сделана в магазине «М.видео» ТЦ «Волна» в г. Мурманске, ул. Ленинградская, д.20). Футболка красного цвета, на передней части

изображен логотип **М:видео**, *mvideo.ru* и слоган: « нам не всё равно 20 лет».

Представитель ООО « М.видео Менеджмент» считает, что несмотря на то, что в рекламе читается только часть текста «.вид» и часть слогана «*все равно*», стиль исполнения надписей, цветовая гамма футболки явно указывает на то, что ООО «Гипер», использует в своей рекламе образ продавца магазина «М.видео», причем изображает этот образ в негативном виде, т.к. вкладывает в уста продавца фразу с отрицанием: «Не покупай один по цене двух».

Представитель ООО « М.видео Менеджмент» считает, что посредством прямого воздействия на потребителя с помощью рекламного баннера, ООО «Гипер» преследовал цель - отток покупателей в магазин «М.видео» и приток в магазин «КомпьютерМАГ», обеспечивая увеличение объема реализации своих товаров.

Представитель ООО « М.видео Менеджмент» заостряет внимание Комиссии на том, что на момент распространения рекламы цены на товары в торговых сетях были одинаковы, за исключением некоторых товарных позиций. На какие-то товары цены были ниже в «М.видео», чем в магазинах «КомпьютерМАГ», на какие-то незначительно больше или равны. Например: фотоаппарат Canon EOS600D 18-55 is Kit в «КомпьютерМАГ» стоил 21.990 рублей в «М.видео» - 20.990 рублей, на фотоаппарат Canon EOS1100D 18-55 DS Kit цена равна в обоих магазинах 13.990 рублей, телевизор Philips 32PFL3307H в «КомпьютерМАГ» стоил дешевле 11.695 рублей, в «М.видео» - 11.990 рублей.

ООО « М.видео Менеджмент» считает не обоснованным утверждения, используемые в рекламе, что по цене одного товара, приобретенного в «М.видео», можно приобрести два товара в магазине «КомпьютерМАГ».

Комиссия, изучив, рекламу, представленные сторонами материалы и пояснения, заслушав представителя ООО « М.видео Менеджмент» исходит из следующего.

Согласно [части 1 статьи 5](#) Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В силу [пункта 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.

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 принижающими речевыми приемами и образами.

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 рассматриваемом деле два хозяйствующих субъекта являются конкурентами и осуществляют розничную торговлю радио-, телеаппаратурой и бытовыми электротоварами в г. Мурманске: ООО «Гипер», в магазине «КомпьютерМАГ», на улице Воровского д.5 и ООО «М.видео Менеджмент» на улице Ленинградская д.20, что географически находится в пределах одной площади «Пять углов».

Согласно материалам дела, на пересечении указанных улиц, ООО «Гипер» разместил на автомобиле марки Хёндай гос.номер е759ме, баннер с информацией, рекламирующей сеть магазинов «КомпьютерМАГ».

Лицом, заинтересованным в распространении данной рекламы является ООО «Гипер», которое заказало и оплатило услуги по изготовлению рекламного баннера.

Информационное поле рекламной конструкции направлено не к входу в ГДЦ «Меридиан», в помещении которого осуществляет деятельность магазин «КомпьютерМАГ», а к входу в ТЦ «Волна», где находится магазин «М.видео» и попадает в поле зрения его потенциальных покупателей.

Информация размещенная на баннере позволяет определенно и точно идентифицировать торговую марку (бренд), как торговой сети «М.видео» (стиль исполнения надписей, цветовая гамма футболки, наличие части логотипа и слогана) так и торговую сеть «КомпьютерМАГ» (преимущественно синий цвет, наличие логотипа), т.е. реклама содержит два объекта сравнения.

В рекламе ООО «Гипер», используется образ продавца магазина «М.видео», изображающего на лице отрицательные эмоции с речевым утверждением « Не покупай один по цене двух!», что имеет явно выраженную негативную направленность.

При этом образ продавца магазина «КомпьютерМаг», принадлежащего ООО «Гипер», в противоположность представлен улыбающимся, с поднятой рукой, кисть которой сложена в положительный жест, выражающий похвалу, одобрение и положительным утверждением «Купи два по цене одного!».

Форма подачи и смысл рекламной информации основан на противопоставлении образов, один из которых «М.видео» преподносится для потребителя отрицательным, тем самым ООО «Гипер» («КомпьютерМАГ») приобретает преимущество перед своим прямым конкурентом «М.видео».

Таким образом, ООО «Гипер» использовало в рекламе комплекс приемов на основе сравнения, ориентированных на передачу отрицательной информации о магазине «М.видео»:

- реклама распространялась вблизи магазина конкурента «М.видео»;

- противопоставление образов и речевых посылов, использованных в рекламе, несет отрицательную информацию о магазине «М.видео» и формирует предпочтение магазину «Компьютер Маг».

Благодаря выбранной стратегии дискредитации на основе сравнения ООО «Гипер» повышает свой имидж среди потребителей.

Содержание текста и изображения баннера, позволяющего отождествлять сеть магазинов «М.видео» и его утверждение: « не покупай один по цене двух» и сеть магазинов «КомпьютерМАГ» и утверждение: «купи два по цене одного!» позволяет сделать выводы о некорректном сравнении двух торговых сетей «КомпьютерМАГ» и «М.видео» и их ценовой политики на товары бытовой и компьютерной техники.

ООО «Гипер» не представило доказательств, подтверждающих объективность негативной оценки ценовой политики конкурента, а именно, что по цене одного товара, приобретенного в «М.видео», можно приобрести два товара в магазине «КомпьютерМАГ».

Материалами дела подтверждается, что цены на аналогичные товары в магазинах обеих торговых сетей практически равны.

Комиссия отметила тот факт, что в рассматриваемой рекламе приводится сравнение торговых сетей без указания какого-либо конкретного товара или цену, что вводит неограниченный круг лиц (потребителей) в заблуждение относительно цен на товары в магазинах сети «М.видео».

Таким образом, спорная реклама содержит не соответствующие действительности сведения, о преимуществах товаров, реализуемых ООО «Гипер», по отношению к товарам, которые реализуются другими продавцами.

ООО «Гипер», распространив указанную выше рекламу, нарушило [пункт 1 части 2 статьи 5](#) и [пункт 1 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе, поскольку допустило к распространению не соответствующие действительности сведения о преимуществах своей торговой сети и некорректное сравнение собственного магазина с другим магазином и его ценовой политикой, представив при этом собственный магазин «КомпьютерМАГ» "в выгодном свете" относительно конкурента, в связи с чем реклама является некорректной, а также недостоверной в части указания на такое преимущество.

Комиссия признала рекламу торговой сети магазинов «КомпьютерМАГ», распространенную путем размещения на автомобиле в виде баннера, по адресу г.Мурманск, ул.Ленинградска д.20, недостоверной и ненадлежащей поскольку в ней нарушены требования [пункта 1 части 2 статьи 5](#) и [пункта 1 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение указанной нормы несет рекламодатель.

Рекламодателем является общество с ограниченной ответственностью «Гипер» (ИНН 5190009216, ОГРН 1125190010758, инд. 183038, г.Мурманск, ул. Коминтерна, д.22).

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, распространяемую ООО «Гипер» путем размещения на автомобиле в виде баннера, по адресу г. Мурманск, ул. Ленинградска д.20, недостоверной и ненадлежащей поскольку в ней нарушены требования [пункта 1 части 2 статьи 5](#) и [пункта 1 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе.

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Мурманского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «Гипер».

Результативная часть решения была объявлена 20.11.2013 года.

Решение изготовлено в полном объеме 26.11.2013 года.

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