

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 062/05/5-15/2019

«18» апреля 2019 года г. Рязань

Комиссия Рязанского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: председатель Комиссии – <...>

рассмотрев дело № 062/05/5-15/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения в сети Интернет по адресу <http://<...>> информации о некорректном сравнении оказываемых услуг

при участии представителя:

- ООО «Городская курьерская служба» - <...> (доверенность №10 от 01.04.2019),

в отсутствие представителя УФПС Рязанской области – филиал ФГУП «Почта России», извещенного надлежащим образом о времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Рязанского УФАС России 21.12.2018 (вх. №5635) поступило заявление УФПС Рязанской области – филиал ФГУП «Почта России» о размещении информации в сети Интернет по адресу: <http://<...>> с признаками нарушения требований действующего законодательства.

Из обращения следует, что в сети Интернет по адресу: <http://<...>>, принадлежащему ООО «Городская курьерская служба», в разделе «Общая информация о компании» содержится информация следующего содержания:

«Компания «Городская Курьерская Служба» считается одной из самых профессиональных курьерских служб на рынке. Большой опыт оказания услуг дает право это утверждать и гарантировать высокое качество, выражаемое в сохранности, надежности и конфиденциальности каждого отправления.

На сегодняшний день популярность доставки различной деловой и коммерческой информации (периодических и рекламных изданий, корреспонденции, документов и т.д.), услуги которой представляет компания «Городская Курьерская Служба», является прекрасной альтернативой обычной почтовой службы страны, которая в силу своей глобальности имеет массу недостатков: большую инертность, низкую степень сохранности, возможность порчи или пропажи письма и так далее.

В сравнении с конкурентами «Городская Курьерская Служба» имеет массу преимуществ. Кроме оперативности доставки, высокой степени надежности и сохранности посылок – критериев, которые стараются обеспечить десятки других коммерческих курьерских служб, компания ГКС предлагает своим клиентам удобную систему расчетов, строгую конфиденциальность, гибкий график сотрудничества и приемлемые тарифы. Наши отношения с клиентом регламентируются специальным договором.

«Городская Курьерская Служба» – это современный инструмент ведения бизнеса в руках каждого руководителя компании. Преимущества как перед государственной почтовой службой, так и перед коммерческими службами

доставки делают наши услуги востребованными и популярными на рынке».

Из заявления также следует, что указанная информация порочит деловую репутацию УФПС Рязанской области – филиал ФГУП «Почта России», содержит некорректные сравнения рекламируемых ООО «Городская курьерская служба» услуг перед находящимися в обороте услугами компании УФПС Рязанской области – филиал ФГУП «Почта России», подрывает доверие клиентов к государственному оператору.

В связи с рассмотрением заявления Рязанским УФАС России проведен осмотр места распространения информации – сайт в сети Интернет по адресу: <http://<...>/> и выявлен факт распространения указанной рекламы в сети Интернет по данному адресу с признаками нарушения пунктов 1, 4 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Данный факт подтвержден протоколом осмотра Рязанского УФАС России при проведении фотосъемки от 14.01.2019.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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.

Согласно пункту 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.

На основании изложенного возбуждено дело о нарушении Закона о рекламе в отношении ООО «Городская курьерская служба» (далее – ООО «ГКС») (ИНН/ОГРН 7604244690/1137604009289, г. Ярославль, ул. Нагорная, д.9/31, оф.4, 150001).

Определением о возбуждении дела № 062/05/5-15/2019 от 21.01.2019 (исх. №160) у ООО «ГКС» запрошены документы и сведения, необходимые для рассмотрения дела, в том числе мотивированное письменное пояснение по факту нарушения рекламного законодательства.

19.02.2019 в адрес управления поступило объяснение ООО «ГКС» с приложенными документами, согласно которым оно пояснило следующее.

Информация на сайте <http://<...>/> размещена в 2011 году, в то время как запись о создании ООО «ГКС» внесена 28.05.2013. Таким образом, ООО «ГКС» не может быть признано лицом, определившим содержание рекламы.

21.02.2019 при рассмотрении дела представитель ООО «ГКС» поддержал доводы, изложенные в письме от 19.02.2019 (вх. №852) и пояснил, что спорная рекламная информация на сайте устранена, что подтверждают приложенные к объяснению скриншоты с сайта.

Комиссией управления в ходе рассмотрения дела 21.02.2019 осуществлен осмотр сайта: <http://<...>/>, на котором спорная реклама не удалена.

Данный факт подтвержден протоколом осмотра сотрудниками Рязанского УФАС России от 21.02.2019.

12.03.2019 в адрес управления ООО «ГКС» представило копию договора безвозмездной переуступки права администрирования доменного имени <...> от 31.05.2013, заключенного между ООО «ГКС» (ИНН 761004677184) («Правообладатель») и ООО «ГКС» (ИНН 352810815083) («Правоприобретатель»).

Согласно п.1.1 указанного договора Правообладатель передает, а Правоприобретатель принимает право на администрирование доменного имени gkspost.ru.

Также ООО «ГКС» представило скриншоты об изменении спорной информации на сайте <http://<....>>.

Комиссия управления, исследовав материалы дела и выслушав представителей сторон, пришла к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 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 производителями или реализуются другими продавцами.

В указанной рекламе присутствует информация, содержащая сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями, без указания на конкретный критерий, по которому идет сравнение, что нарушает требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся.

Это означает, что обычаи делового оборота в сфере распространения рекламы предполагают, что указание в содержании рекламной информации сведений о положительных характеристиках собственной продукции должно проводиться без применения элементов сравнения с товарами (услугами) других компаний.

Пунктом 1 статьи 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ «О защите конкуренции» установлен запрет на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения, а именно не допускается недобросовестная конкуренция путем некорректного сравнения хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов "лучший", "первый", "номер один", "самый", "только", "единственный", иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными.

Согласно пункту 9 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" (далее - Постановление), необходимо 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.

Исходя из указанной позиции, а также статьи 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции", письма ФАС России от 24.12.2015 N ИА/74666/15, под некорректным сравнением следует понимать сравнение хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе:

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов "лучший", "первый", "номер один", "самый", "только", "единственный", иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными;

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в котором отсутствует указание конкретных сравниваемых характеристик или параметров либо результаты сравнения не могут быть объективно проверены;

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, основанное исключительно на незначительных или несопоставимых фактах и содержащее негативную оценку деятельности хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товара.

Указанная позиция законодателя и антимонопольного органа соотносится с принципами добросовестной конкуренции и достоверности сообщаемых сведений о рекламодателях, их товарах, работах и услугах в рекламе, запретом на использование в отношении и потребителей, и конкурентов (конкретных или неопределенных) недобросовестных способов привлечения внимания к объекту рекламирования.

Таким образом, некорректное сравнение может быть осуществлено как с конкретным хозяйствующим субъектом-конкурентом (товаром, работой, услугой), так и в отношении неограниченного круга хозяйствующих субъектов-конкурентов и (или) их товаров.

При этом некорректное сравнение может быть двух видов: как негативным (иметь цель принизить товары конкурента, превознося свои), так и позитивным (не ослабляет репутацию товара конкурента, а наоборот, использует ее).

Кроме того, некорректное сравнение может быть построено с использованием неправильных логических операций таким образом, что его достоверность объективно не может быть ни подтверждена, ни опровергнута.

Таким образом, распространение рекламы путем некорректного сравнения ООО «Городская курьерская служба» с другими операторами почтовой связи без указания параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, нарушает требования пункта 4 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, в соответствии с которым недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

Кроме того в рекламе не допускается использование информации, не соответствующей действительности и аналогичных сведений о преимуществах рекламируемого товара.

Следовательно, в вышеуказанной рекламе на сайте: <http://<...>> присутствует информация сравнительной характеристики без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, что нарушает требования пунктов 1, 4 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 Российской Федерации от 17.08.2006 N 508, Комиссия Рязанского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, размещенную в сети Интернет по адресу [http://<....>/](http://<....>) следующего содержания:

«Компания «Городская Курьерская Служба» считается одной из самых профессиональных курьерских служб на рынке. Большой опыт оказания услуг дает право это утверждать и гарантировать высокое качество, выражаемое в сохранности, надежности и конфиденциальности каждого отправления.

На сегодняшний день популярность доставки различной деловой и коммерческой информации (периодических и рекламных изданий, корреспонденции, документов и т.д.), услуги которой представляет компания «Городская Курьерская Служба», является прекрасной альтернативой обычной почтовой службе страны, которая в силу своей глобальности имеет массу недостатков: большую инертность, низкую степень сохранности, возможность порчи или пропажи письма и так далее.

В сравнении с конкурентами «Городская Курьерская Служба» имеет массу преимуществ. Кроме оперативности доставки, высокой степени надежности и сохранности посылок – критериев, которые стараются обеспечить десятки других коммерческих курьерских служб, компания ГКС предлагает своим клиентам удобную систему расчетов, строгую конфиденциальность, гибкий график сотрудничества и приемлемые тарифы. Наши отношения с клиентом регламентируются специальным договором.

«Городская Курьерская Служба» – это современный инструмент ведения бизнеса в руках каждого руководителя компании. Преимущества как перед государственной почтовой службой, так и перед коммерческими службами доставки делают наши услуги востребованными и популярными на рынке»

ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пунктов 1, 4 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать в связи с добровольным устранением нарушения законодательства о рекламе лицом, его совершившим.

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

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>