

РЕШЕНИЕ

по делу № 051/05/5-683/2019

10 октября 2019 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председателя комиссии – заместителя руководителя управления – Попова Ирина Николаевна;

Членов комиссии: начальника отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Коптева А.С., главного специалиста-эксперта отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В.,

рассмотрев дела № 051/05/5-683/2019 от 06.09.2019 по признакам нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее - Закон о рекламе) в отсутствие представителя заявителя ООО «Экзотика Востока» и в отсутствие представителя ООО «Шанкаримпэкс»

УСТАНОВИЛА

20.08.2019 года в адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области поступило обращение ООО «Экзотика Востока» по факту размещения 09.08.2019 в г. Мурманске, ул. Орликовой, д.23, в кабине лифта на специализированном стенде рекламной листовки: *«ТРЦ Форум, пр. Кольский 134(2этаж). Крупнейшая индийская выставка продаж с 09августа по 8 сентября...»* с признаками нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее – Закон о рекламе).

Заявителем представлено заключение эксперта <...>, магистра по направлению подготовки 45.04.01 Филология.

Экспертное заключение слогана «крупнейшая индийская выставка продаж», констатирует, что слово «крупнейшая» используется в положительной утвердительной форме превосходной степени, что, по мнению заявителя, создает неверное представление о выставке и несёт сравнительный характер объекта рекламирования без объективного подтверждения в самой рекламе, тем самым противоречит пункту 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе и ведет к нездоровой конкуренции.

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.

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.

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.

В соответствии со статьей 3 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе)

реклама - это 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;

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

Определением о возбуждении дела № 051/05/5-683/2019 рассмотрение дела назначено на 10.10.2019г. в 11:00.

30.09.2019 (исх. № н-32) от ООО «Шанкаримпэкс» в адрес антимонопольного органа поступило письменное пояснение и ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя Общества.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, изучив рекламу, оценив в совокупности представленные доказательства, экспертное заключение и применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Мурманского УФАС России пришла к следующему выводу.

Согласно Международному кодексу рекламной практики под потребителем рекламы понимается любое лицо, которому адресована реклама или которого она может достичь, вне зависимости от того, является ли он конечным потребителем, торгующим субъектом или пользователем.

Размещенная, в кабине лифта на специализированном стенде листовка: *«ТРЦ Форум, пр. Кольский 134(2этаж). Крупнейшая индийская выставка продаж с 09августа по 8 сентября с 11:00 до 20:00. Торгово-развлекательный центр Форум»*, является рекламой, так как предназначена для неопределенного круга лиц; направлена на привлечение внимания к выставке продаж, формирует и поддерживает интерес к «крупнейшей индийской выставке», побуждая посетить выставку по указанному в рекламе адресу.

Объектом рекламирования является крупнейшая индийская выставка.

УФАС по Мурманской области в ходе рассмотрения обращения ООО «Экзотика востока» запросило документы, способствующие всестороннему и полному рассмотрению обращения у распространителя рекламы ООО «Лантерн», арендодателя помещения ООО «Кристи», в котором проводилась выставка, и у ООО «Шанкаримпэкс», заинтересованного в рекламе.

ООО «Лантерн» представило договор № 149 от 30.03.2017 г, заключенный с ООО «Шанкаримпэкс», предметом которого является размещение и демонстрация рекламной продукции на поле рекламных устройств, расположенных в лифтовых кабинах жилых домов, по макету заказчика ООО «Шанкаримпэкс».

Согласно выписки из ЕГРЮЛ общество с ограниченной ответственностью «Лантерн» (ОГРН 1095190011290 от 03.11.2009, ИНН 5190909464, юр. адрес: 183038, г. Мурманск, ул. Старостина, д.32, офис 30) осуществляет рекламную деятельность (73.1), полиграфические услуги(18.1).

В соответствии с выпиской из ЕГРЮЛ, общество с ограниченной ответственностью «Шанкаримпэкс»(ОГРН 1137232044377 от 18.07.2013, ИНН 7204192110, юр. адрес: 625026, г. Тюмень, ул. 50 лет ВЛКСМ, д.51, офис504) осуществляет деятельность агентов по оптовой торговле мебелью, бытовыми товарами, скобяными, ножевыми и прочими металлическими изделиями(46.15), торговля оптовая шкурами и кожей(46.31.12).

В приложении № 2 к договору №149 от 30.03.2017г имеется заявка на оказание услуг №4, которая раскрывает формат рекламной продукции А5, дату начала размещения рекламной продукции 01.08.2019, количество суток демонстрации продукции на поле рекламных устройств 31 день, количество рекламных устройств 379, стоимость единицы продукции, сумму оказания услуг. Заявка подписана сторонами договорных отношений и скреплена печатью.

Приложение № 3 к Договору № 149 раскрывает список расположения информационных устройств к Заявке №4, с улицами, номерами домов и количеством щитов.

В Приложении № 4 к договору №149 содержится утвержденный макет рекламы, заверенный сторонами, который идентичен распространенной рекламе.

ООО «Лантерн» пояснило, что информацию для макета рекламы предоставило ООО «Шанкаримпэкс» и утвердило макет в приложении №4.

Пунктом 2.4 Договора №149 определено, что заказчик гарантирует, что информация, содержащаяся в рекламе, соответствует законодательству Российской Федерации.

ООО «Кристи» (ИНН 5190128848, юр. адрес: 183052, г. Мурманск, пр. Кольский, д.134) представило договор аренды б/н от 07.08.2019 и Акт-приема передачи помещения в торговом центре «Форум» в г. Мурманске на пр. Кольском, 134,, и пояснило, что общество выступало арендодателем и не принимало участие в распространении рекламы в лифтовых кабинах г. Мурманска о проведении «крупнейшей выставки продаж».

Согласно Акту приема-передачи ООО «Кристи» арендодатель 08.08.2019 передало ООО «Шанкаримпэкс» арендатору во временное владение и пользование за плату помещение площадью 670 кв.м. в торгово-развлекательно комплексе «Форум» на пр. Кольском, д.134.

Цель аренды помещения: организация и проведение индийской ярмарки(п.1.2 Договора).

Пунктом 1.3 Договора аренды б/н установлен срок аренды с 08.08.2019 по 08.09.2019г включительно.

ООО «Шанкаримпэкс» представило договор с ООО «Лантерн» на распространение рекламы и акт выполненных работ № 19 от 31.08.2019 по размещению рекламных листовок в жилых домах в период с 08.08.2019 по 21.08.2019г подписанный сторонами без претензий по срокам, объему и качеству оказания услуг.

ООО «Шанкаримпэкс» считает, что в его действиях отсутствуют признаки нарушения рекламного законодательства, т.к. индийская ярмарка, является крупнейшей из всех проводимых индийских ярмарок в ТРЦ «Форум» и в указанный период, других индийских ярмарок не проводилось в г. Мурманске.

Общество пояснило, что использовало в рекламе слово в превосходной степени «крупнейшая», так как выставка занимает площадь около 670 кв.м, что по мнению Общества, является крупным мероприятием, относительно обычно проводимых ООО «Шанкаримпэкс» выставок.

ООО «Шанкаримпэкс» письменно сообщает, что не пыталось принизить деятельность других лиц, тем более, что в г. Мурманске в период с 09.08.2019 по 08.09.2019 не проводятся выставки продаж индийских товаров иных организаторов, в связи с чем проводимое мероприятие не получает никакого преимущества.

Комиссия не может принять доводы Общества по следующим основаниям.

Формулировка, содержащая превосходную степень "крупнейшая", должны иметь документальное и фактическое обоснование, с разъяснением в самой рекламе.

Согласно пункту 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 8 октября 2012 г. N 58 О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", 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.

Согласно пункту 9 Постановления Пленума ВАС РФ от 8 октября 2012 года N 58 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 являющиеся.

В связи с этим принято подобные утверждения сопровождать ссылкой на результат соответствующих исследований и источник данных.

Использование в спорной рекламе словосочетания "крупнейшая индийская выставка продаж" напрямую противоречит вышеприведенным нормам.

Использование в спорной рекламе слова в превосходной степени, создает ошибочный образ преимущества продвигаемой в рекламе выставки, и подталкивает к сравнению с выставками, проводимыми другими организаторами на территории Российской Федерации, т.к. в ней отсутствует информация на какой территории, за какой период, по количеству выставляемого товара или занимаемой выставочной площади, следует считать данную выставку «крупнейшей».

Приведенное в спорной рекламе сравнение по своей форме некорректно, в нем не упоминаются сравниваемые параметры, а, следовательно, и достоверность такого сравнения не может быть объективно проверена.

Недосказанность в рекламе создает для потребителя неясность, и принижает деятельность конкурирующих компаний, т.к. в рекламе отсутствует информация, подтверждающая слоган «крупнейшая выставка», из рекламы не следует, что таким образом Общество отметило занимаемую выставкой площадь и оценило масштабы своей выставки с ранее проводившимися Обществом.

Не случайно ООО «Экзотика Востока» обратилось в антимонопольный орган за восстановлением своих прав как потребитель рекламы и лицо, осуществляющее аналогичную деятельность на рынке продаж.

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).

Экономической целью размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), является продвижение и продажа товара (работ, услуг) покупателю и конечному потребителю.

Привлекая рекламой внимание потребителей к своей выставке ООО «Шанкаримпэкс» использует в рекламе сравнение, неподкрепленное исследованиями, тем самым действует недобросовестно по отношению к другим субъектам рынка.

Закон о рекламе не содержит прямого запрета на использование в рекламе терминов в превосходной степени, однако устанавливает требование о достоверности распространяемой рекламы, ориентирует на необходимость обеспечить ее соответствие реальной действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), а также предусматривает ответственность за распространение недостоверной рекламы.

Требуется непосредственно в рекламе привести отсутствующую часть существенной информации о товаре/услуге, если приведенные в рекламе сведения, ввиду их недостаточности, порождают заблуждение потребителей рекламы.

Комиссия признала рекламу ненадлежащей и недостоверной и усмотрела в действиях ООО «Шанкаримпэкс» нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ.

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за названное нарушение несет рекламодатель – ООО «Шанкаримпэкс» (ИНН7204192110, ОГРН 1137232044377, от 18.07.2013, инд. 625026, г. Тюмень, ул. 50 лет ВЛКСМ, д.51, офис504).

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: *«ТРЦ Форум, пр. Кольский134(2этаж). Крупнейшая индийская выставка продаж с 09августа по 8 сентября с 11:00 до 20:00. Торгово-развлекательный центр Форум»*, распространявшуюся в период с 01.08.2019 по 31.08.2019 в виде листовок на стенде в лифтовых кабинках г. Мурманска недостоверной и ненадлежащей, поскольку она не соответствует требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 и пункту 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе.

2.Предписание не выдавать, в связи с окончанием договорных отношений по распространению рекламы и истекшим сроком демонстрации рекламы.

3.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 «Шанкаримпэкс».

Резолютивная часть решения объявлена 10 октября 2019 года.

Решение в полном объеме изготовлено 11 октября 2019 года.

Решение может быть обжаловано в суд (арбитражный суд) в течение трех месяцев со дня изготовления решения в полном объеме.

Председатель комиссии:

И.Н. Попова

Члены комиссии:

А.С. Коптев

С.В.Мороз