

РЕШЕНИЕ по делу № 06-03-12/27

20 ноября 2012 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе,

рассмотрев дело № 06-03-12/27 от 01.11.2012 по признакам нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее - Закон о рекламе) в присутствии лица, в действии которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

представителя общества с ограниченной ответственностью «Пик» Треф» (далее - ООО «Пик» Треф», Общество) <Ш...> (полномочия подтверждены доверенностью б/н от 09.11.2012) и представителя заявителя ООО «Баренцлайн» <Г...> по доверенности б/н от 31.08.2012г.

УСТАНОВИЛА:

04.09.2012 года на электронный адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области поступило обращение ООО «Чайка» в лице <Е...> по поводу рекламы « ТРЕФ 25-00-25, всегда козырь, всегда везет....МЫ ЛУЧШИЕ!!!», размещенной на бортах автомобилей такси «Треф».

По мнению заявительницы, утверждение компании такси «Треф» «...МЫ ЛУЧШИЕ!!!» бездоказательно, противоречит Закону о рекламе и ведет к нездоровой конкуренции.

14.09.2012г. в УФАС по Мурманской области поступила письменная жалоба от ООО «Баренцлайн». В жалобе сказано, что сотрудником ООО «Баренцлайн» путем фотосъемки было зафиксировано, что на машинах, используемых обществом с ограниченной ответственностью «Пик Треф», на нижней части багажной крышки размещена реклама следующего содержания: «ТРЕФ 25-00-25, всегда козырь, всегда везет....МЫ ЛУЧШИЕ!!!».

По мнению ООО «Баренцлайн» использованный ООО «Пик Треф» в рекламе слоган «Мы лучшие!» предполагает, что рекламируемая таким способом услуга является эксклюзивной и самой востребованной с точки зрения ее качества со стороны потребителей, и одновременно, свидетельствует, что ни одно другое предприятие, действующие на данном рынке и в данном регионе, не имеет таких показателей относительно качества предоставляемых услуг пассажирских перевозок.

Как считает заявитель, чтобы реклама о «Лучшей услуге, товаре» соответствовала закону, рекламодатель, рекламораспространитель, рекламодаделец должен иметь документальное подтверждение её достоверности.

ООО «Баренцлайн» просит провести проверку изложенных в жалобе фактов и привлечь ООО «Пик Треф» к административной ответственности.

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;

рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

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;

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон 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 частью 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Реклама « ТРЕФ 25-00-25, всегда козырь, всегда везет...МЫ ЛУЧШИЕ!!!», размещена на бортах автомобилей такси, принадлежащих ООО «Пик «Треф». Надпись «Мы лучшие!» размещена в нижней части багажника, выделена красным цветом по отношению к другому тексту, выполненному черным цветом.

Согласно части 2.2 Устава ООО «Пик»Треф», утвержденного решением №1 единственного учредителя от 05.11.2008г. предметом деятельности Общества является деятельность такси, прочего сухопутного пассажирского транспорта, автомобильного грузового специализированного и неспециализированного транспорта, аренда грузового и легкового автомобильного транспорта с водителем, организация перевозок грузов; диспетчерские услуги по приему заказов на перевозку людей автотранспортом.

Рекламой «Мы лучшие!» ООО «Пик Треф» стимулирует интерес потребителей к своей услуге, поддерживает заинтересованность в ней, влияя в целом на продвижение реализуемой услуги на рынке.

Объектом рекламирования является услуга пассажирских перевозок, осуществляемая такси «Треф».

Представитель заявителя ООО «Баренцлайн» в ходе рассмотрения дела пояснила, что на сегодняшний день ООО «Баренцлайн» располагает большим парком современного и комфортабельного автотранспорта и осуществляет пассажирские перевозки, как по городу, так и за пределами города и Мурманской области. Кроме того, аналогичные услуги оказывают в городе Мурманске около 70 компаний.

По мнению заявителя размещенная на машинах ООО «Пик»Треф» реклама «Мы лучшие!» содержит некорректные сравнения с конкурентами, позиционируя себя как «лучшего» из компаний осуществляющих пассажирские перевозки в г. Мурманске и области и несомненно вводит в заблуждение потребителей рекламы. Как считает заявитель, рекламодатель должен иметь документальное подтверждение достоверности рекламы и указать её в виде ссылки в данной рекламе.

Представитель ООО «ПикТреф» признает, что Общество безосновательно разместило на бортах своих машин рекламу «Мы лучшие» и пояснил, что ООО «ПикТреф» не имеет своего рекламного менеджера и нарушило рекламное законодательство без злого умысла.

Генеральный директор <С...> признает себя нарушившим рекламное законодательство, т.к. лично согласовывал макет рекламы, не убедившись в достоверности, представляемой к размещению информации.

Единственный учредитель ООО «ПикТреф» Генеральный директор <С...> руководит текущей деятельностью и несет ответственность за соблюдение действующего законодательства.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) изучив представленные материалы и заслушав представителей, считает, что формулировка, содержащая прилагательное в превосходной степени "лучшие", должны иметь документальное и фактическое обоснование, которое не было представлено ООО «ПикТреф».

Установлено, что в тексте рекламы не указано, по каким показателям "ООО «ПикТреф»" можно считать лучшими. Рассматриваемая фраза содержит слово "лучший", которая не только означает "хороший, наилучший" ("Толковый словарь русского языка Ушакова Д.Н."), но несет смысловую нагрузку, связанную с выражением превосходной степени. В сочетании с названием такси «Треф», специализирующегося на оказании услуг по перевозке пассажиров, фраза "Мы ЛУЧШИЕ!" воспринимается буквально, при этом форма выражения рекламной информации исключает двусмысленность ее восприятия.

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), его качестве, потребительских свойствах, а также предусматривает ответственность за распространение недостоверной рекламы.

Под преимуществом понимается превосходство качества рекламируемого товара или оказываемой услуги по каким-либо характеристикам над качеством

аналогичного характера или услуги иных производителей. Наличие таких качеств, как правило, обеспечивает предпочтение потребителей.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами (услугами), например путем употребления слов "лучший", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Согласно Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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](#)).

Употребление в рекламе фразы «**Мы лучшие!**» создает неверное представление о том, что услуги пассажирских перевозок, которые предоставляются ООО «Пик Треф» находят большее предпочтение у потребителей и находятся в лучшей позиции перед находящимися в обороте услугами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Доказательства того, что такси «Треф» может считаться лучшим по всем показателям среди конкурентов, в материалы дела не представлены.

Реклама «*ТРЕФ 25-00-25, всегда козырь, всегда везет...Мы ЛУЧШИЕ!!!*» содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемой услуги по пассажирской перевозке такси ООО «Пик Треф».

На рынке Мурманска присутствует хозяйствующие субъекты, предлагающие аналогичные услуги, о чем свидетельствует заявление двух из субъектов, осуществляющих пассажирские перевозки такси в городе и за его пределом.

Таким образом, установлено, что ООО «Пик Треф» 14.09.2012г. осуществляло распространение рекламы «*ТРЕФ 25-00-25, всегда козырь, всегда везет...Мы ЛУЧШИЕ!!!*», на бортах собственных автомобилей такси «Треф» с нарушением [пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе](#), а именно реклама, содержит не

соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Комиссия считает, что рассматриваемая реклама не соответствует требованиям [пункта 1 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе, признается недобросовестной и недостоверной и в соответствии со статьей 3 Закона о рекламе **является ненадлежащей**.

В соответствии с пунктами 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение [пункта 1 части 3 статьи 5](#) Закона возложена на рекламодателя.

Рекламодателем является ООО «Пик» Треф» (<...>).

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 «*ТРЕФ 25-00-25, всегда козырь, всегда везет...Мы ЛУЧШИЕ!!!*» недобросовестной, недостоверной и ненадлежащей, поскольку она не соответствует требованиям [пункта 1 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе.
2. Выдать предписание рекламодателю ООО «Пик"Треф» о прекращении распространения рекламы с нарушением [пункта 1 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе.
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 генерального директора ООО «Пик «Треф».

Резолютивная часть решения объявлена 20 ноября 2012 года.

Решение в полном объеме изготовлено 28 ноября 2012 года.

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

**ПРЕДПИСАНИЕ о прекращении нарушения
законодательства Российской Федерации о рекламе**

28.11.2012 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

на основании своего решения от 20.11.2012 года по делу № 06-03-12/27 о признании рекламы **«ТРЕФ 25-00-25, всегда козырь, всегда везет....МЫ ЛУЧШИЕ!!!»**, размещенной на бортах автомобилей такси «Треф» недобросовестной, недостоверной и ненадлежащей, поскольку она не соответствует требованиям [пункта 1 части 3 статьи 5](#) Федерального Закон « О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ, и в соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Рекламодателю обществу с ограниченной ответственностью «Пик"Треф» (ИНН 5190193050, 183032, г. Мурманск, ул. Ломоносова, д.2, кв.34) прекратить распространения рекламы, содержащей не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара(услуги) перед находящимися в обороте товарами (услугами), которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, с нарушением [пункта 1 части 3 статьи 5](#) Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.06 № 38-ФЗ.

2. Исполнить предписание и известить УФАС по Мурманской области до 15 декабря 2012 года.

Предписание оглашено 20.11.2012года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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