

РЕШЕНИЕ
по делу №Р-6/09-5

Резолютивная часть решения оглашена 22 июля 2009 года.
Решение в полном объеме изготовлено 31 июля 2009 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Адыгея по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председатель комиссии: <...> – заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Адыгея (далее - Управления);

Члены комиссии:

<...> – ведущий специалист - эксперт Управления;

<...> – специалист 1 разряда Управления,

рассмотрев дело №Р-6/09-5 по признакам нарушения ИП <...> пункта 2 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»), по факту распространения рекламы по продаже пиццы в торговом центре «Столица», в присутствии представителей заявителя ИП <...> по доверенности, а также представителя ответчика ИП <...>, в действиях которой содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе Рябова Максима Евгеньевича по доверенности от 01.07.2009;

УСТАНОВИЛА:

В Адыгейское УФАС России поступило обращение индивидуального предпринимателя <...> от 17.06.2009 №1228, с просьбой рассмотреть рекламу, распространяющуюся на отдельно стоящей щитовой рекламной конструкции в г. Майкопе по ул. Пионерской между улицами Чкалова и 9 января сторона А, в районе торгово-развлекательного центра «Панорама», на соответствие требованиям Федерального закона «О рекламе», с приложением фотографий указанной рекламы.

Управлением был сделан запрос в ТЦ «Столица» №950 от 29.06.2009 о предоставлении информации о рекламодателе, о других местах распространения подобной рекламы и о предоставлении договора на распространение рассматриваемой рекламы.

06.07.2009 был получен ответ, к которому приложен договор по размещению носителей рекламной информации №Н 244-0609 от 01.06.2009 между ИП <...> и ИП <...>. Согласно пункту 1.1 указанного договора рекламораспространителем указанной рекламы является ИП <...>, а рекламодателем является ИП <...>

Из представленного договора следует, что распространение рекламы по продаже пиццы в торговом центре «Столица» следующего содержания: «В Столице всегда ЕСТЬ вкуснее, дешевле! PIZZA-Столица Служба доставки 89182181818 ТЦ «Столица» 4 этаж», осуществляется на отдельно стоящей щитовой рекламной конструкции в г. Майкопе по ул. Пионерской между улицами Чкалова и 9 января сторона А, на период с 01.06.2009 по 31.08.2009.

Представители заявителя поддержали претензии, изложенные в заявлении добавив, что рассматриваемая реклама имеет однозначный смысл о высоком качестве пиццы производимой в ТЦ «Столица» и о менее низком качестве пиццы производимой в ТРЦ «Панорама». Данное утверждение, по мнению представителей заявителя, является некорректным и ошибочным, так как при производстве пиццы в пиццерии «Панорама» используются только высококачественные ингредиенты.

Согласно письму ИП <...> №6 от 06.07.2009, других мест размещения подобной рекламы на территории Республики Адыгея нет. Также в письме ИП <...> указывается на тот факт, что в рассматриваемой рекламе нет конкретного сравнения рекламируемого товара с другим товаром, а также на указание вообще какого либо товара, который произведен другими производителями, а даже обезличенное сравнение не может рассматриваться в качестве некорректного сравнения по причине отсутствия сравнительной базы.

<...> на заседании Комиссии, в дополнение к вышеупомянутому письму заявил, что рассматриваемая реклама не нарушает требования Федерального закона «О рекламе», а восклицательный знак, стоявший по ошибке в конце выражения «В Столице всегда есть вкуснее, дешевле!», заменен на вопросительный знак. Таким образом, смысл выражения поменялся с призыва на предложение проверить действительно ли «В Столице всегда есть вкуснее, дешевле?». В подтверждение к сказанному <...> представил фотографию рассматриваемой рекламы с указанным изменением.

Представители заявителя заявили, что указанное изменение не имеет существенного значения и в целом не меняет смысл недобросовестной рекламы.

Также, <...> заявил, что не имеет возможности доказать более лучшие вкусовые качества пиццы в ТЦ «Столица», так как у каждого человека определенный вкус и разное мнение о вкусе, а также о невозможности определение критериев формирования цены, в результате чего пицца в ТЦ «Столица» дешевле, как упомянуто в рекламе.

Так, присутствие в рекламе сведений о том, что в ТЦ «Столица» всегда есть вкуснее, дешевле, в совокупности с изображением трех видов пицц, в непосредственной близости с ТРЦ «Панорама», в целом эксплуатирует интерес именно к продаваемой в ТЦ «Столица» пицце. То есть наряду с рекламируемым товаром в рекламе подразумевается аналогичный товар другого производителя или продавца, а именно ТРЦ «Панорама». При этом имя конкурента не афишируется.

Данная реклама способствует тому, чтобы потребитель не особенно тщательно обдумывал свои покупки и полезный эффект от их приобретения.

Таким образом, потребитель имеющий желание приобрести пиццу, производимую в ТРЦ «Панорама», на подходе видит рекламу, которая формирует у него мнение о более высоком качестве пиццы и о более низких ценах в ТЦ «Столица» чем в ТРЦ «Панорама», при этом, невольно формируя мнение о низком качестве пиццы в ТРЦ «Панорама».

Информация, содержащаяся в рассматриваемой рекламе, дает негативную оценку профессиональным качествам пиццерии в ТРЦ «Панорама», директором которого является <...>

Деловая репутация - это общественная оценка деловых и профессиональных качеств лица.

Реклама содержит информацию, предназначенную для широкого круга лиц, поэтому включение в нее некорректных сравнений порочащего характера, несомненно, причиняет масштабный вред охраняемым благам, вплоть до потери клиентуры конкурирующей фирмой и возникновения материального ущерба. Возникновение неблагоприятных последствий вследствие распространения такой рекламы - не обязательный признак, достаточно одного факта ее распространения. Факт распространение установлен photographиями, приложенными к делу и договором №Н 244-0609 от 01.06.2009 представленным ИП <...>

С учетом вышеизложенного Комиссия считает, что в указанной рекламе используются некорректные сравнения рекламируемого товара, а именно пиццы производимой в ТЦ «Столица», с товарами которые произведены другим изготовителем и реализуется другим продавцом, а именно с пиццей, производимой в ТРЦ «Панорама», которые порочат деловую репутацию ТРЦ «Панорама». Следовательно, данная реклама противоречит требованиям пунктов 1,2 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», не допускающим некорректные сравнения, порочащие деловую репутацию конкурента.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 Федерального 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, также в соответствии с пунктом 2 части 2 указанного закона, недобросовестной признается реклама, которая порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктами 1,2 части 2 статьи 5 несет рекламоатель.

Рекламодателем указанной рекламы является ИП Сафиуллина Е.А.

Таким образом, реклама по продаже пиццы в торговом центре «Столица» следующего содержания: «В Столице всегда ЕСТЬ вкуснее, дешевле! PIZZA-Столица Служба доставки 89182181818 ТЦ «Столица» 4 этаж», рекламоателем которой является ИП <...> распространяющаяся на отдельно стоящей щитовой рекламной конструкции в г. Майкопе по ул. Пионерской между улицами Чкалова и 9 января сторона А, нарушает требования пунктов 1,2 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», так как в ней используются некорректные сравнения порочащие деловую репутацию конкурента.

В соответствии со статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, нарушение рекламоателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа.

Руководствуясь пунктами 1,2 части 2 статьи 5, частью 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-44 Правил рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать недобросовестной рекламу по продаже пиццы в торговом центре «Столица», в которой содержатся некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также порочит деловую репутацию лица, в том числе конкурента, размещенную в г. Майкопе по ул. Пионерской между улицами Чкалова и 9 января сторона А, рекламоателем которой является ИП <...> с нарушением требований пунктов 1,2 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения частей 1 и 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Адыгейского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении рекламоателя ИП <...>

Решение может быть обжаловано в суд (арбитражный суд) в сроки, установленные законодательством Российской Федерации.

Подписи

ПРЕДПИСАНИЕ
о прекращении нарушения законодательства
Российской Федерации о рекламе по делу №Р-6/09-5

«31» июля 2009 г.

г. Майкоп

Комиссия Адыгейского УФАС России по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председатель комиссии: <...> – заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Адыгея (далее - Управление);

Члены комиссии:

<...> – ведущий специалист - эксперт Управления;

<...> – специалист 1 разряда Управления,

на основании своего решения от 31 июля 2009 г. по делу №Р-6/09-5 о признании рекламы по продаже пиццы в торговом центре «Столица» распространяющуюся на отдельно стоящей щитовой рекламной конструкции в г. Майкопе, недобросовестной, поскольку в ней нарушены требования пунктов 1 и 2 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП <...>, в срок до 31 августа 2009 года прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение недобросовестной наружной рекламы, по продаже пиццы в торговом центре «Столица», в которой содержатся некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также порочит деловую репутацию лица, в том числе конкурента, размещенную в г. Майкопе по ул. Пионерской между улицами Чкалова и 9 января сторона А.

2. ИП <...> представить в Адыгейское УФАС России письменное доказательство исполнения пункта 1 настоящего предписания до 07 сентября 2009 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства 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

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

Подписи