

## РЕШЕНИЕ

по делу № 3-01/48-2014

30 января 2015 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Резолютивная часть решения объявлена 19 января 2015 года.

Комиссия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

<...>,

рассмотрев дело № 3-01/48-2014 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения на визитных карточках и средствах наружной рекламы информации следующего содержания: «самое высокое качество фотопечати в России», «мы лучшие!», «Натяжные потолки, Сеньор Потолок успеет -70 % только до 31 декабря» содержащей признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»),

в отсутствие заявителя <...>;

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – <...>,

### УСТАНОВИЛА:

В Пензенское УФАС России 05.11.2014 вх. № 2131-э поступило заявление гражданина по поводу распространения рекламы натяжных потолков компании «Сеньор Потолок» с нарушением законодательства о рекламе.

В ходе рассмотрения заявления установлено, что в городе Пензе в ноябре 2014 года по адресу ул. Лермонтова, 8а, распространялись визитные карточки компании «Сеньор потолок». По ул. Суворова, Урицкого, пр. Строителей установлена наружная реклама компании «Сеньор потолок».

Из материалов дела следует, что торговую деятельность, указанную на визитках и наружной рекламе осуществляет общество с ограниченной ответственностью «Строительно – ремонтная компания Развитие» (ОГРН 1135836000783; ИНН 5836655489) (далее – ООО «СРК Развитие»).

Пензенским УФАС России определением от 14.11.2014 по факту размещения вышеуказанной рекламы, возбуждено дело № 3-01/48-2014 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе». Рассмотрение дела назначено на 04.12.2014. К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечено общество с ограниченной ответственностью «Строительно – ремонтная компания Развитие» (ОГРН 1135836000783; ИНН 5836655489) (далее – ООО «СРК Развитие»).

Правовая позиция ООО «СРК Развитие» изложена в письменных пояснениях от

04.12.2014 вх. №5229, от 18.12.2014 вх. № 5478.

В обоснование письменных пояснений, ООО «СРК Развитие» представило копии следующих документов: договоры на заказ визитных карточек, договоры на размещение наружной рекламы, подписанные <...>, договор подряда на установку натяжных потолков.

На заседании Комиссии представитель ООО «СРК Развитие» пояснил, что визитные карточки с информацией: «самое высокое качество фотопечати в России, «мы лучшие!», а также наружная реклама с информацией: «Натяжные потолки, Сеньор Потолок успеи -70% только до 31 декабря» заказаны <...>, который в трудовых отношениях с ООО «СРК Развитие» не состоит.

В ходе рассмотрения дела установлено, что наружная реклама и визитные карточки были заказаны <...>, который не состоит в трудовых отношениях с ООО «СРК Развитие».

Пензенским УФАС России определением от 23.12.2014 об отложении рассмотрения дела №3-01/48-2014 произведена замена ненадлежащего лица: ООО «СРК Развитие» надлежащим лицом <...>.

На рассмотрении дела № 3-01/48-2014 <...> пояснил, что визитные карточки и наружная реклама с информацией: «Натяжные потолки, Сеньор Потолок успеи -70% только до 31 декабря», «...самое высокое качество фотопечати в России, «мы лучшие!» разрабатывались и распространялись им лично. Допущенное нарушение произошло в связи с незнанием требований законодательства о рекламе.

Изучив представленные документы, заслушав и исследовав доводы лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия пришла к следующему выводу:

В городе Пензе в ноябре 2014 года по адресу ул. Лермонтова, 8а, распространялись визитные карточки, имеющие следующее содержание: «Натяжные потолки «Сеньор Потолок» успеи только сейчас -70% звони 9-88888 ул. Лермонтова, 8а». На оборотной стороне визитной карточки указано: «Качество гарантируем на рынке с 2001 года – 7 филиалов в России, более 400 цветов и фактур германской пленки, самое высокое качество фотопечати в России, гарантия на работу 12 лет, на полотно 15 лет, более 700 тысяч довольных клиентов по всей стране, бесплатный выезд специалиста по замеру, убедитесь сами, что мы лучшие!, звони, заходи 9-88888. ru, ул. Лермонтова, 8а». По ул. Суворова, Урицкого, пр. Строителей установлена наружная реклама с информацией следующего содержания: «Натяжные потолки, Сеньор Потолок успеи -70 % только до 31 декабря».

В соответствии со статьёй 3 Федерального закона «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

- предназначаться для неопределенного круга лиц;
- привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;
- способствовать продвижению объекта рекламирования на рынке.

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

Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке и закрепить его образ в памяти потребителя.

Рассматриваемая информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Согласно части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «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.

С учетом указанных требований, соответствие действительности сведений, содержащихся в рекламе, должно быть документально подтверждено.

В ходе рассмотрения дела установлено, что на визитных карточках размещен рекламный слоган: «самое высокое качество фотопечати в России, «мы лучшие!», без указания конкретного критерия.

Согласно словарям слова «самый» и «лучший» имеют следующие значения: Самый, -ая, -ое, определительное местоимение при прилагательном образует его превосходную степень, самый хороший, самый модный (Словарь Ожегова); Лучший прилагательное сравнительное и превосходная степень от хороший, самый хороший; сравнительно с другим, высший по качеству (Словарь Даля).

Опираясь на значение слов «самый» и «лучший», реклама с информацией «самое высокое качество фотопечати в России, «мы лучшие!», свидетельствует о превосходстве компании «Сеньор Потолок» над другими организациями, оказывающими подобные услуги на рынке натяжных потолков, а также о сравнении с такими организациями.

Использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по

которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

В городе Пензе в настоящее время на товарном рынке существует несколько десятков хозяйствующих субъектов предлагающих аналогичные услуги.

Для полного, объективного и всестороннего рассмотрения дела Пензенским УФАС России были сделаны запросы в другие компании города Пензы оказывающие подобные услуги, для получения мнения о достоверности информации указанной в рекламном объявлении: «самое высокое качество фотопечати в России», «мы лучшие!».

Из представленных ответов следует, что использованное в рекламе утверждение «самое высокое качество фотопечати в России», «мы лучшие» является некорректным. Материал для натяжных потолков заказывается у поставщиков и по своим качественным характеристикам практически одинаков, разница между поставщиками существует только в цене и сроках поставки. Более того, утверждение «мы лучшие!» не может быть определено объективно, поскольку относится к компании, деятельность которой характеризуется, в том числе, качеством организации производства, принимаемых управленческих решений, эффективность которых зачастую может быть оценена только по истечении определенного периода времени.

Все полученные в ходе рассмотрения дела документы свидетельствуют о том, что рынок, на котором осуществляет свою деятельность компания «Сеньор Потолок», является конкурентным, и утверждения: «самое высокое качество фотопечати в России», «мы лучшие!» носят недостоверный характер.

При этом информация «самое высокое качество фотопечати в России», «мы лучшие!» в ходе рассмотрения дела документально подтверждена не была, доказательств, свидетельствующих, что компания «Сеньор Потолок» имеет какие либо преимущества перед другими компаниями, Комиссии не представлено.

Следовательно, в рекламе нарушаются требования пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В рассматриваемой рекламе содержится информация о предоставлении скидки - 70%.

Согласно пояснениям компании «Сеньор Потолок» и анализа договора подряда от 01.11.2014 № б/н, скидка 70% предоставляется при заказе двух и более потолков на каждый второй потолок, стоимостью меньше чем первый потолок.

Данные условия являются существенными и отсутствие у потребителей информации о таких условиях может ввести их в заблуждение, создавая ошибочное мнение о возможности получения скидки на установку только одного натяжного потолка.

Целью рекламодача всегда является демонстрация объекта рекламирования в самом лучшем свете. Он стремится привлечь и задержать внимание потребителя на той информации, которая должна отличать товар от аналогов, ставить его на порядок выше, путем рекламирования заманчивых предложений. В данном случае – предоставление скидки – 70%.

В соответствии с Законом «О рекламе», реклама должна носить понятный, не двусмысленный характер, и не должна вводить потребителя в заблуждение.

При этом потребитель рекламы вправе рассчитывать на формирование неискаженного представления об услуге при восприятии конкретного рекламоносителя.

Таким образом, в указанной рекламе о предоставлении скидки – 70% отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения.

Следовательно, в рекламе нарушаются требования части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 настоящего закона несет рекламодаделец.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодаделец – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В ходе рассмотрения дела установлено, что визитные карточки заказаны <...> в ООО «Типография №1» (заказ от 30.04.2014 № 3739), наружная реклама заказана в рекламном агентстве «Район 58» и в ООО «Сигма» им же (договор от 02.07.2014 №146, договор от 01.11.2014 №б/н).

Таким образом, рекламодателем вышеуказанной рекламы является <...> (г. Пенза, ул. <...>, д. <...>, кв. <...>).

Учитывая вышеизложенное, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, Комиссия пришла к выводу, что <...> нарушил требования пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На момент рассмотрения дела Комиссии Пензенского УФАС России доказательств устранения нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5, части

7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» <...> представлено не было.

В связи с чем, Комиссия Пензенского УФАС России считает целесообразным выдачу предписания о прекращении нарушения требований рекламного законодательства.

В силу части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2 пункта 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, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: «Натяжные потолки Сеньор Потолок успеи только сейчас -70% звони 9-88888 ул. Лермонтова, 8а», «Качество гарантируем на рынке с 2001 года – 7 филиалов в России, более 400 цветов и фактур германской пленки, самое высокое качество фотопечати в России, гарантия на работу 12 лет, на полотно 15 лет, более 700 тысяч довольных клиентов по всей стране, бесплатный выезд специалиста по замеру, убедитесь сами, что мы лучшие!, звони, заходи 9-88888. ru, ул. Лермонтова, 8а», «Натяжные потолки, Сеньор Потолок успеи -70 % только до 31 декабря», распространяемую <...> в г. Пензе в ноябре 2014 года на визитных карточках и средствах наружной рекламы, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать <...> (г. Пенза, ул. <...>, д. <...>, кв. <...>) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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

Решение изготовлено в полном объеме 30 января 2015 года.

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