

РЕШЕНИЕ

11 марта 2013 года г. Челябинск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии Л.Н.Галичина – заместитель руководителя - начальник отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;

члены Комиссии Н.В.Соболь – ведущий специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;

Е.Н.Гинтер – специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

рассмотрев дело № 99-2012 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения обществом с ограниченной ответственностью Частное охранное предприятие «Варяг» (далее – ООО ЧОП «Варяг») в эфире радио «Олимп» 104, 5 FM в г. Челябинске с 13 сентября 2012 года по 28 сентября 2012 года рекламы, содержащей сведения: «Предпочитаете комфортную жизнь за городом? Самое время позаботиться о безопасности ваших близких. Варяг предлагает системы охраны коттеджей от стандартных до элитных. Подробности по телефону: 7 000 555 или на сайте variag.ru. «Варяг» - крупнейший холдинг безопасности на Южном Урале» с признаками нарушения пункта 1, 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»), в присутствии:

представителя заявителя общества с ограниченной ответственностью Частное охранное предприятие «Максимум» (далее - ООО ЧОП «Максимум») <...> по доверенности от 1 января 2012 года (личность удостоверена по паспорту);

представителя ООО ЧОП «Варяг» <...> по доверенности от 10 января 2013 года (личность удостоверена по паспорту);

УСТАНОВИЛА:

В Челябинское УФАС России поступило заявление общества с ограниченной ответственностью частное охранное предприятие «Максимум» (далее - ООО ЧОП «Максимум») о распространении в сентябре 2012 года на радио «Олимп» рекламы ООО ЧОП «Варяг» в которой присутствовали сведения о том, что «Варяг» является крупнейшим холдингом безопасности на Южном Урале.

Из заявления следует, что реклама содержит несоответствующие действительности сведения о преимуществах охранного предприятия «Варяг» перед аналогичными услугами, производимыми другими охранными

предприятиями, поскольку в рекламе говорится о том, что «Варяг» - крупнейший холдинг безопасности на Южном Урале», при этом критерии по которым «Варяг» называет себя «крупнейшим холдингом» в рекламе не указаны. ООО ЧОП «Максимум» представлен диск с аудиозаписью рекламного ролика.

С целью установления рекламодателя рекламы Челябинским УФАС России направлен запрос в адрес ООО РА «Олимп».

Из ответа ООО РА «Олимп» следует, что реклама размещена по договору с ИП <...>, которая является агентом и осуществляет поиск заказчиков рекламы.

Лицом, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, была определена ИП <...>, поскольку она, являясь агентом ООО «Рекламного агентства «Олимп», заключила договор с ООО «Позитрон» на размещение рекламного аудиоролика о «Варяг» в эфире радио «Олимп». В ходе рассмотрения дела установлено, что в данном случае рекламодателем рекламы, то есть лицом, в чьих интересах осуществлялось размещение данной рекламы, является ООО ЧОП «Варяг», в связи с чем, определением от 11.03.2013 по делу № 99-2012 произведена замена ненадлежащего лица ИП <...> на надлежащее лицо ООО ЧОП «Варяг».

ООО ЧОП «Варяг» в объяснениях ссылается на то, что действующим законодательством Российской Федерации понятие холдинг не определено, поэтому реклама со словом «холдинг» не нарушает рекламное законодательство. Относительно термина «крупнейший» считают, что в рекламе должны быть указаны критерии сравнения, но поскольку ООО ЧОП «Варяг» заключило договор с ООО «Позитрон» на размещение рекламы в СМИ, ООО ЧОП «Варяг» не может нести ответственность за действия ООО «Позитрон» при размещении рекламы.

Из письменных объяснений ООО «Позитрон», представленных <...> в антимонопольный орган следует, что оно заказывало трансляцию аудиоролика с рекламой «Варяг» в эфире радио «Олимп» 104, 5 FM с 13 сентября 2012 года по 28 сентября 2012 года в рамках договора между <...> и ООО «Позитрон» № 30 на оказание рекламных услуг от 15 февраля 2012 года

Исследовав материалы дела, заслушав лиц, участвующих в деле, Комиссия пришла к следующим выводам.

В эфире радио «Олимп» 104, 5 FM с 13 сентября 2012 года по 28 сентября 2012 года распространялась реклама следующего содержания: «Предпочитаете комфортную жизнь за городом? Самое время позаботиться о безопасности ваших близких. Варяг предлагает системы охраны коттеджей от стандартных до элитных. Подробности по телефону: 7 000 555 или на сайте variag.ru «Варяг» - крупнейший холдинг безопасности на Южном Урале».

Согласно статье 3 Федерального 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.

Информация, размещенная на радио «Олимп» в силу статьи 3 Федерального

закона «О рекламе» является рекламой, поскольку, адресована неопределенному кругу лиц – слушателям радио и направлена на привлечение внимания к «Варяг» и оказываемым им услугам, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального 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.

Согласно части 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверная реклама не допускается.

Сведения «Варяг» крупнейший холдинг безопасности на Южном Урале» по сути означает сравнение охранного предприятия «Варяг» с другими охранными организациями за счет использования слова «крупнейший», что указывает на преимущества охранных услуг «Варяг» перед услугами иных охранных организаций.

Слово «крупнейший» образовано от прилагательного «крупный» с добавлением суффикса –ейши.

В толковом словаре Ожегова С.И. значение слова «крупный» определено как: большой по размеру, величине; большой и экономически мощный; значительный по общественному и экономическому положению.

Согласно справочнику по правописанию и литературной правке Д.Э.Розенталя (изд. «Айрис-Пресс» 2002 г.) в прилагательных с суффиксами –ейши или –айши заключено выражение предельного признака.

С учетом изложенного, в данном случае, слово крупнейший означает самый крупный.

Согласно правовой позиции, изложенной Высшим Арбитражным судом Российской Федерации в пункте 29 Постановления Пленума «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», информация, содержащаяся в рекламе должна отвечать критериям достоверности а от 08.10.2012 № 58

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условии применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы и сроках годности товара.

В современном экономическом словаре (изд. «Инфра-М», 1999 г.) значение слова «холдинг» означает головное предприятие, управляющее деятельностью или контролирующее деятельность других предприятий.

Понятие «холдинг» и «холдинговая компания» нередко используют в качестве

синонимов.

Согласно пункту 1.1. Временного положения о холдинговых компаниях, создаваемых при преобразовании государственных предприятий в акционерные общества, утвержденных Указом Президента РФ «О мерах по реализации промышленной политики при приватизации государственных предприятий» № 1392 от 16 ноября 1992 года, холдинговой компанией признается предприятие в состав активов которого входят контрольные пакеты акций других предприятий.

В соответствии с пунктом 1.3. Временного положения о холдинговых компаниях, создаваемых при преобразовании государственных предприятий в акционерные общества, холдинговые компании и их дочерние предприятия создаются в форме акционерных обществ открытого типа.

Согласно выписке из ЕГРЮЛ организационно-правовой формой частного охранного предприятия «Варяг» является общество с ограниченной ответственностью.

Таким образом, сведения о том, что «Варяг» является холдингом, противоречат пункту 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Информация о том, что «Варяг» является крупнейшим холдингом безопасности на Южном Урале, может рассматриваться в качестве достоверной только в том случае, если соответствие ее действительности будет подтверждено документально.

В случае неподтверждения соответствия действительности указанных сведений реклама, размещенная ИП <...>, является недостоверной и противоречащей пунктам 1,2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

На основании части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктами 1,2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель.

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо.

Рекламодателем указанной рекламы следует признать ИП <...> как лицо, заключившее договор на размещение рекламы на радио «Олимп».

Материалами дела доказано, что реклама охранного предприятия «Варяг» была размещена на Интернет-сайтах www.variag.ru/company/; www.ks-74.ru, что подтверждается договором между ООО ЧОП «Варяг» и ООО «Позитрон» на размещение рекламы в сети Интернет, а также протоколом осмотра информационных ресурсов, составленным нотариусом и представленным заявителем.

Распространение буклета с рекламой и размещение рекламы в журнале «Курс дела» № 11 (117) декабрь 2011- январь 2012 в статье «Варяг: авангард охранного бизнеса» не подтвердилось, в связи с тем, что согласованный макет статьи или иные подтверждающие этот факт документы, представлены не были, а ООО ЧОП «Варяг» отрицает согласование текста статьи в журнале и распространение

рекламного буклета. Доказательств совершения ООО ЧОП «Варяг» действий по распространению буклета в материалы дела также не представлено.

На Интернет-сайте www.variag.ru/company/ размещена реклама, в которой присутствуют сведения: «Варяг - крупнейший холдинг предприятий безопасности Челябинской области», «Варяг работает на рынке услуг безопасности с 2000 года», «...по мнению многочисленных клиентов, «Варяг» - лучшее охранное предприятие Челябинской области...».

На Интернет-сайте www.ks-74.ru размещена реклама, в которой присутствуют сведения: «Варяг, холдинг предприятий безопасности», «в настоящее время открыты филиалы в Копейске, Магнитогорске, Миассе, Златоусте и Троицке».

Согласно части 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверная реклама не допускается.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального 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 указанных текстах рекламы присутствуют слова «крупнейший», «холдинг», «лучшее».

В толковом словаре Ожегова С.И. значение слова «крупный» определено как: большой по размеру, величине; большой и экономически мощный; значительный по общественному и экономическому положению.

Слово «крупнейший» образовано от прилагательного «крупный» с добавлением суффикса –ейши.

Согласно справочнику по правописанию и литературной правке Д.Э.Розенталя (изд. «Айрис-Пресс» 2002 г.) в прилагательных с суффиксами –ейши или –айши заключено выражение предельного признака.

Иными словами, в данном случае в рекламе ООО ЧОП «Варяг» слово крупнейший означает самый крупный.

В толковом словаре Ожегова С.И. значение слова «лучший» определено как: самого высокого качества, самого хорошего свойства.

Иными словами, в данном случае в рекламе ООО ЧОП «Варяг» слово «лучший» означает услуги самого высокого качества.

Используя в рекламе термины «крупнейший», «лучшее», ООО ЧОП «Варяг» тем самым сравнивает себя с другими охранными предприятиями Южного Урала. При этом, заявляя о своем превосходстве над другими охранными предприятиями, ООО ЧОП «Варяг» не приводит критерии сравниваемых услуг.

В отсутствие критериев сравнения реклама создает впечатление, что охранные услуги «Варяг» обладают заявленным преимуществом по всем критериям, что не соответствует действительности.

Довод ООО ЧОП «Варяг» о том, что слово «крупнейший» означает, в том числе самое большое количество охраняемых объектов, не может быть приняты во внимание, так как у ГП «Максимум» более 8700 клиентов, у группы охранных предприятий «Витязь» 6718 охраняемых объектов, больше чем у «Варяг».

Представленные ООО ЧОП «Варяг» благодарственные письма клиентов также не являются доказательством, подтверждающим соответствие действительности размещенных в рекламе сведений: «Варяг – крупнейший холдинг предприятий безопасности Челябинской области» и «по мнению многочисленных клиентов, «Варяг» - лучшее охранное предприятие Челябинской области».

Наличие у «Варяг» шестнадцати благодарственных писем, при том, что только в четырех из них присутствует слово «лучшее», не свидетельствует о том, что «Варяг» является крупнейшим и лучшим и не говорят о многочисленности мнений.

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условии применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы и сроках годности товара.

В современном экономическом словаре (изд. «Инфра-М», 1999 г.) значение слова «холдинг» означает головное предприятие, управляющее деятельностью или контролирующее деятельность других предприятий.

Понятие «холдинг» и «холдинговая компания» нередко используют в качестве синонимов.

Согласно пункту 1.1. Временного положения о холдинговых компаниях, создаваемых при преобразовании государственных предприятий в акционерные общества, утвержденных Указом Президента РФ «О мерах по реализации промышленной политики при приватизации государственных предприятий» № 1392 от 16 ноября 1992 года, холдинговой компанией признается предприятие в состав активов которого входят контрольные пакеты акций других предприятий.

В соответствии с пунктом 1.3. Временного положения о холдинговых компаниях, создаваемых при преобразовании государственных предприятий в акционерные общества, холдинговые компании и их дочерние предприятия создаются в форме акционерных обществ открытого типа.

Сведения о том, что «Варяг» является холдингом, следует рассматривать как неподтвержденные, поскольку в действительности ООО ЧОП «Варяг» и другие охранные предприятия, учрежденные одним и тем же лицом <...>, не являются открытыми акционерными обществами, а являются обществами с ограниченной ответственностью. Доказательств того, что ООО ЧОП «Варяг» управляет данными охранными предприятиями либо осуществляет контроль над ними в антимонопольный орган не представлено.

Сведения о том, что «Варяг работает на рынке услуг безопасности с 2000 года» не соответствуют действительности, так как согласно выписке из ЕГРЮЛ, дата

создания ООО ЧОП «Варяг» - 21 января 2002 года.

Сведения об открытии филиалов также не соответствует действительности, так как согласно информации, предоставленной Управлением Федеральной налоговой службы по Челябинской области, ООО ЧОП «Варяг» не имеет филиалов на территории Челябинской области.

Таким образом, сведения о холдинге, о создании «Варяг» с 2000 года и открытии филиалов противоречат пункту 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

С учетом того, что ООО ЧОП «Варяг» не доказало соответствие действительности указанных в рекламе сведений: «Варяг - крупнейший холдинг предприятий безопасности Челябинской области», «Варяг работает на рынке услуг безопасности с 2000 года», «по мнению многочисленных клиентов, «Варяг» - лучшее охранное предприятие Челябинской области», «в настоящее время открыты филиалы в Копейске, Магнитогорске, Миассе, Златоусте и Троицке», данные сведения расцениваются как не соответствующие действительности, а реклама - недостоверной, как противоречащая пунктам 1,2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 20 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается недостоверная реклама, которая содержит несоответствующие действительности сведения об изготовителе или продавце рекламируемого товара.

В связи с тем, что сведения в рекламе в отношении наименования ООО ЧОП «Варяг» не являются не соответствующими действительности, Комиссия пришла к выводу о переквалификации нарушения с пункта 20 части 3 статьи 5 Федерального закона на пункт 1, пункт 2 части 3 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе».

Частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» за нарушение требований пунктов 1, 2 части 3 статьи 5 данного закона предусмотрена ответственность рекламодателя.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем указанной рекламы является ООО ЧОП «Варяг» как лицо, определившее объект рекламирования и содержание рекламы, а также оказывающее рекламируемые охранные услуги.

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 размещенную на сайте www.variag.ru/company/ и на сайте www.ks-74.ru рекламу ООО ЧОП «Варяг», в которой содержатся несоответствующие действительности сведения: «Варяг» - крупнейший холдинг предприятий безопасности Челябинской области», «Варяг работает на рынке услуг безопасности с 2000 года», «по мнению многочисленных клиентов, «Варяг» - лучшее охранное предприятие Челябинской области», «в настоящее время открыты филиалы в Копейске, Магнитогорске, Миассе, Златоусте и Троицке», поскольку в ней нарушены требования пунктов 1, 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО ЧОП «Варяг».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ООО ЧОП «Варяг».

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

Председатель Комиссии

Л.Н. Галичина

Члены Комиссии

Н.В.Соболь

А.П.Пивоварова