

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 03/17

Резолютивная часть решения оглашена «01» марта 2017 г

Решение в полном объеме изготовлено «16» марта 2017 г.
Новосибирск

г.

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы И.В. Волохина,

члены Комиссии: Е.А. Скоп – главный специалист-эксперт отдела рекламы

В.Ю. Строгин – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 03/17, возбужденное по факту размещения в сентябре 2016 г. на сайте <http://afisha.ngs.ru/news/more/50067223/> информации следующего содержания:

Яндекс Директ. «Суши Терра? У нас суши за 15 руб! Попробуйте наши суши, почувствуйте разницу! Акция – роллы за 15 р./ sushimake.ru/ Адрес/Телефон», с признаками нарушения:

- п. 2 ч.3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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 условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара;

- п. 3 ч.3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока;

- п.4 ч.3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара;

- п. 7 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица или товара;

- п. 20 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара,

в присутствии:

- заявителя - АО «ГК «ТЕРРА» - <...> (Доверенность № 1 от 01.03.2017 г.);

- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

ООО «ВОКМАН» -

в отсуствии:

- лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: индивидуального предпринимателя Александрова Д. И. (не явился, уведомлен надлежащим образом); ООО «еЛама» (представитель не явился, Общество уведомлено надлежащим образом);

- заинтересованного лица - ООО «Яндекс» (представитель не явился, представлено ходатайство о рассмотрении дела в отсуствии представителя),

УСТАНОВИЛА:

В Новосибирское УФАС России поступило обращение АО «ГК «ТЕРРА» (вх. № 8671 от 23.09.2016 г.) по факту нарушения законодательства РФ о рекламе при размещении в сентябре 2016 г. на сайте <http://afisha.ngs.ru/news/more/50067223/> информации следующего содержания:

Яндекс Директ. «Суши Терра? У нас суши за 15 руб!/ Попробуйте наши суши, почувствуйте разницу! Акция – роллы за 15 р./ sushimake.ru/ Адрес/Телефон», с признаками нарушения Закона о рекламе.

Как указывает заявитель, Общество является правообладателем товарного знака «Суши-Терра» на основании Свидетельства № 383859 от 12.05.2008 г., также управляет сетью ресторанов и осуществляет свою деятельность в области общественного питания.

В сентябре 2016 г. директору Общества стало известно о факте незаконного использования «СушиТерра» в рекламе, размещаемой в сети Интернет в системе «Яндекс».

По мнению заявителя, в слогане данной рекламы указан контекст, согласно которому продукция «Sushimake» имеет преимущества по вкусовым качествам и более низкую цену по сравнению с продукцией заявителя, что порочит деловую репутацию АО «ГК «ТЕРРА», поскольку основан на неподтвержденных фактах.

Новосибирским УФАС России по указанному факту возбуждено данное дело, в ходе рассмотрения которого установлено следующее.

Согласно п.1 ст.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.

Таким образом, рассматриваемая информация в полной мере обладает

всеми признаками понятия «реклама», указанными в Законе.

Новосибирским УФАС России в адрес ООО «Яндекс» был направлен запрос с целью установления рекламодателя данной рекламы, в ответ на которые были представлены документы и пояснения (вх. № 9876 от 01.11.2016 г.), указывающие на то, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «ВОКМАН» (в период с 16.08.2016 г. по 10.09.2016 г., рекламное объявление № М-2691643952), а также ООО «еЛама» (в период с 13.09.2016 г. по 25.09.2016 г., рекламное объявление № М-2843933258).

Заключение договора на размещение рекламы между Яндексом и ООО «ВОКМАН» (ИНН/КПП 5407257778/540701001, адрес: 630132, г. Новосибирск, ул. Челюскинцев, д.44/1, 8 эт, тел. 8 913 000 11 99, sushimake.ru@gmail.com) осуществлялось посредством акцепта указанными рекламодателями Оферты на оказание Услуг «Яндекс.Директ», расположенной в сети Интернет по адресу: <http://legal.vandex.ru/ofertadirect/> (далее - «Оферта») в порядке, предусмотренном Разделом 7 Оферты.

ООО «Яндекс» представлены копии счетов, выставленных и оплаченных ООО «ВОКМАН» и акты об оказанных услугах.

По имеющейся у ООО «Яндекс» информации, показ рекламы ООО «ВОКМАН» осуществлялся в период с 16.08.2016 г. по 10.09.2016 г.

Размещение рекламы ООО «еЛама» осуществлялось на основании Договора возмездного оказания услуг № 32244/15 от 01.03.2015 г. заключенного между Яндексом и Обществом, а также дополнительных соглашений к нему. ООО «Яндекс» представлены копия счета и акта об оказанных услугах.

В соответствии с п. 3.3. Оферты, а также п.2.2.1 Договора, рекламодатель предоставляет Яндексу рекламные материалы в готовой для распространения в виде рекламы форме и гарантирует соответствие составленных и предоставленных Яндексу рекламных материалов всем требованиям действующего законодательства РФ. Таким образом, согласно представленным пояснениям, Яндекс не располагает макетами или распечатками рассматриваемой рекламы.

Согласно представленным пояснениям ООО «еЛама» (вх. № 5191э от 14.11.2016 г., № 10381 от 21.11.2016 г.), взаимодействие ООО «еЛама» с любым рекламодателем осуществляется на основании договора-оферты на оказание услуг в сети интернет (далее - договор-оферта), который акцептуется рекламодателем при регистрации на сайте Общества. Вследствие этого с рекламодателем заключается договор (в самой системе) и закрепляется определенный Аккаунт.

В соответствии с пунктом 7.9. договора-оферты, рекламодатель как клиент сервиса eLama.ru. несет всю ответственность за соблюдение всех требований действующего законодательства РФ, в том числе законодательства РФ о рекламе, о защите авторских и смежных прав, об охране товарных знаков и знаков обслуживания.

Также Общество указывает, что согласно договора-оферты ООО «еЛама»

оказывает услуги по размещению контекстной рекламы заданной тематики на Интернет-площадках и Интернет-ресурсах и предоставляет доступ к рекламным системам. Таким образом, за содержание рекламы и за настройки по ее размещению ответственен полностью сам рекламодатель. Общество не согласует макеты рекламы своих клиентов, поскольку это осуществляет рекламодатель самостоятельно.

В связи с документами, поступившими от ООО «Яндекс», Новосибирским УФАС России была проведена внеплановая документарная поверка.

Согласно пояснениям, представленным ООО «ВОКМАН» на запрос Новосибирского УФАС России (вх. № 10708 от 05.12.2016 г.), Общество не имеет отношения в товарному знаку «Суши Терра», права на его использование у Общества отсутствуют и каким-либо образом в своей предпринимательской деятельности указанный товарный знак Обществом не используется.

По результатам проведенной проверки, в отношении ООО «ВОКМАН» антимонопольным органом был вынесен Акт о наличии признаков нарушения законодательства РФ о рекламе № 59.

Дополнительно ООО «ВОКМАН» представлены пояснения и документы, из которых следует, что в результате получения запроса Новосибирского УФАС России генеральным директором ООО «ВОКМАН» <...>, установлен факт размещения в сети Интернет на сайте <http://afisha.ngs.ru/news/more/50067223/> статьи «Фотокаталог «Суши Терра»: сыты, и слава воку» от 21.09.2016 г.

Поскольку ООО «Вокман» отношения к товарному знаку «Суши Терра» не имеет, а также исходя из обстоятельств того, что по указанному адресу размещена статья от имени и в интересах «Суши Терра», <...> был сделан вывод, о том, что обращение по факту нарушения законодательства о рекламе отношения к ООО «ВОКМАН» не имеет и ситуация была расценена как чья-то ошибка.

Согласно представленным пояснениям генерального директора, ООО «ВОКМАН» принадлежит к группе компаний «Суши Make», которая использует в своей деятельности соответствующий товарный знак – «Суши Make», зарегистрированный в установленном законодательством порядке. У ООО «ВОКМАН» нет ни только оснований, но и необходимости для использования в своей деятельности товарный знак «Суши Терра».

Однако, в последующем, при получении Акта проверки от 02.12.2016 г., <...> было обнаружено, что реклама была размещена по заказу ООО «ВОКМАН».

По факту происшедшего <...> была испрошена объяснительная от коммерческого директора ООО «Мейкерс Групп» (выполняет функцию единоличного исполнительного органа ООО «ВОКМАН») <...>, в функциональные обязанности которого входит организация рекламной деятельности.

В объяснительной от 09.12.2016 года коммерческий директор <...> сообщил, что от имени ООО «ВОКМАН» 01.08.2016 г. им был подписан договор №ТПС-135 с ИП Александровым Д.И., в соответствии с которым последний принял на себя обязательства по поддержке сайта <http://sushimake.ru/>, в том числе настройку и ведение контекстной рекламной кампании в системе Яндекс.Директ. В рамках

данного договора была запущена рекламная компания для продвижения акции: «Роллы за 15 рублей», действующей в сети «Суши Маке».

При этом, как указывается в пояснениях, 22.09.2016 г. бывшие коллеги <...> из компании «Суши Терра» сообщили ему, что в сети Интернет размещается реклама с указанием сайта <http://sushimake.ru/> по запросу «Суши Терра».

Проверив данную информацию, связался по телефону с ИП Александровым Д.И. и дал указание прекратить размещение подобной рекламы, что было сделано незамедлительно.

ИП Александров Д.И. пояснил <...>, что ошибочно (автоматически) напечатал в тексте объявления вместо слов «Суши Маке» слова «Суши Терра».

Кроме того, ООО «ВОКМАН» отмечает, что право компании «Суши Терра» было восстановлено самим же ООО «ВОКМАН» незамедлительно по обнаружению произошедшего. Объявление существовало не продолжительное время. Умысла на нарушение прав ООО «ВОКМАН» не имело. Каких-либо преимуществ из сложившейся ситуации ООО «ВОКМАН» не извлекло, поскольку при прохождении на сайт по ссылке в объявлении потребитель видел, что находится на сайте не «Суши Терра», а «Суши Маке».

01.03.2017 г. на рассмотрении дела Комиссией Новосибирского УФАС России представитель ООО «ВОКМАН» указал, что не согласен с позицией заявителя об использовании Обществом товарного знака АО ГК «Суши Терра». В данном случае из рекламного слогана явствует сравнение продукции компаний «Суши Терра» и «Суши Маке».

Также представитель озвучил отзыв (вх. №1734 от 28.02.2017 г.), согласно которому, 22.09.2016 г. коммерческий директор <...> обнаружил указанное рекламное объявление и дал указание ИП Александрову Д.И. незамедлительно прекратить его размещение, что было сделано.

Представитель пояснил, что Общество впервые прибегло к контекстному способу размещения рекламы, обратилось к ИП Александрову Д.И., однако должным образом не проконтролировало размещение такой рекламы.

Обществом представлены документы, подтверждающие наличие в продаже у Общества продукции – ролов по цене 15 рублей, в связи с чем, по мнению Общества, нарушение законодательства о рекламе по данному факту отсутствует.

Представитель также указал, что перечень оснований, смягчающих ответственность, установленных ст. 4.2 КоАП РФ, не является исчерпывающим. Судья, орган, должностное лицо, рассматривающие дело об административном правонарушении, могут признать смягчающими обстоятельства, не указанные в настоящем Кодексе или в законах субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно отзыву, ООО «ВОКМАН» в своей деятельности использует товарный знак «Суши Маке» на основании согласия от 01.11.2015 г., данного правообладателем товарного знака - ООО «Капрун» (который принадлежит к той

же группе лиц, что и ООО «ВОКМАН»).

При этом, ООО «ВОКМАН» полагает, что товарный знак «Суши Маке» имеет большую различительную способность, чем знак «Суши Терра». В подтверждение данного обстоятельства ООО «ВОКМАН» представило скринкопию статьи «Накормили всю страну» от 17.01.2017 г., размещенную на сайте «НГС.Бизнес», из которой следует, что в г. Новосибирске под брендом «Суши Терра» работает 7 кафе, а под брендом «Суши Маке» - 34 точки. За пределами г. Новосибирска под брендом «Суши Терра» работает 18 кафе, а под брендом «Суши Маке» - 23 точки.

Следовательно, по мнению Общества, у ООО «ВОКМАН» не было и не могло быть намеренного желания использования товарного знака «Суши Терра».

Нарушение прав компании «Суши Терра» было восстановлено ООО «ВОКМАН» незамедлительно по обнаружению происшедшего. Само объявление существовало не продолжительное время. Умысла на нарушение прав ООО «ВОКМАН» не имело. Каких-либо преимуществ из сложившейся ситуации ООО «ВОКМАН» не извлекло, поскольку при прохождении на сайт по ссылке в объявлении потребитель видел, что находится на сайте не Суши Терра, а Суши Маке, то есть видел информацию о продукции именно «Суши Маке».

Представитель также указал, что ООО «ВОКМАН» относится к субъектам малого и среднего предпринимательства (дата включения сведений в реестр 01.08.2016 г.).

ООО «ВОКМАН» правонарушение совершено впервые, имущественный ущерб кому-либо не причинен.

Следовательно, Общество полагает, что административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение.

Кроме того, Общество ссылается на ст. 4.2 КоАП РФ, которой установлены обстоятельства, смягчающие административную ответственность, в частности - добровольное прекращение противоправного поведения лицом, совершившим административное правонарушение.

Представитель заявителя на рассмотрение дела указал, что в системе «Яндекс» для того чтобы подняться на топовые строчки контекстной рекламы компании платят определенные денежные суммы. АО ГК «ТЕРРА» также оплачивает деньги за то, чтобы слова «Суши Терра» появлялись при поиске в первых строках. Таким образом, как отмечает представитель заявителя, ООО «ВОКМАН» использовало товарный знак «Суши Терра», размещение которого было оплачено АО ГК «ТЕРРА», в следствие чего его реклама стала подниматься на топовые строчки, т.е. за счет средств заявителя. Следовательно, потребитель набирая сочетание «Суши Тера», заходит совершенно на другой сайт, что, по мнению заявителя, вводит потребителей в заблуждение. В данном случае, заявитель полагает, что ООО «ВОКМАН» такими действиями причиняет материальный ущерб АО ГК «ТЕРРА».

Представитель АО ГК «Терра» также указал, что в практике Общества имели место быть случаи, когда введенные в заблуждение рекламой потребители предъявляли претензии заявителю, поскольку увидев в рекламе стоимость ролов по 15 рублей, приходили в ресторан и просили реализовать товар по такой цене. Однако в заведениях общественного питания заявителя отсутствуют ролы по 15

рублей. Такие действия свидетельствуют о введение потребителя в заблуждение.

ИП Александровым Д.И. также был представлен отзыв (вх. № 1735 от 28.02.2017 г.), согласно которому между ним и ООО «ВОКМАН» 01.08.2016 г. был подписан договор №ТПС-135, по которому ИП Александров Д.И. принял на себя обязательства по поддержке сайта <http://sushimake.ru>, в том числе настройку и ведение контекстной рекламной кампании в системе Яндекс.Директ.

В рамках данного договора была запущена рекламная кампания для продвижения акции «Роллы за 15 рублей», действующей в сети «Суши Make».

Согласно отзыву ИП Александрова Д.И., лицом, определившим объект рекламирования (Роллы за 15 рублей) является ООО «ВОКМАН», период размещения указанной информации - с 16.08.2016 г. по 25.09.2016 г.

При настройке контекстной рекламы ИП Александров Д.И. подобрал ключевые слова на тему «Суши»: заказ суши, доставка суши, суши на дом и т.п. Среди ключевых слов оказалась «Суши Терра».

По правилам ведения контекстной рекламы для повышения ее эффективности, запрос, сделанный пользователем, необходимо отражать в заголовке объявления.

Таким образом, как указывается в отзыве, как таковых макетов рекламных объявлений с ООО «ВОКМАН» ИП Александров Д.И. не согласовывал.

В результате допущенной ИП Александровым Д.И. ошибки, не был исключен из многочисленных вариантов запрос «Суши Терра». Размещением контекстной рекламы индивидуальный предприниматель начал заниматься незадолго до заключения договора с ООО «ВОКМАН».

Индивидуальный предприниматель указывает, что умысла и сознательного желания на использование наименования «Суши Терра» не имел. По требованию коммерческого директора ООО УК «Мейкерс Групп» <...> ., размещение указанной рекламы было прекращено.

ИП Александров Д.И. в своем отзыве указал, что относится к субъектам малого и среднего предпринимательства в соответствии с данными Реестра указанных субъектов по состоянию на 22.07.2017 года № ИЭ9965-17-353934 (дата включения сведений в реестр 01.08.2016 года), в связи с чем ходатайствовал о применении к нему меры ответственности в виде предупреждения в случае признания его действий противоречащим требованиям Кодекса РФ об административных правонарушениях.

ООО «еЛама» также представлены пояснениях (вх. № 1811 от 01.03.2017 г.), согласно которым рекламодателем, разметившем рассматриваемое рекламное объявление № М-2843933258 и оплатившем его, является ООО «ВОКМАН» (ИНН 5407257778/ КПП 54070100), скоторым при регистрации на сайте ООО «еЛама» путем акцепта 09.09.2016 г. договора-оферты на оказание услуг в сети Интернет был заключен договор № 2016/09/09-96176.

После регистрации на сайте ООО «ВОКМАН» был создан аккаунт в системе ООО «Яндекс» - Яндекс.Директ, который привязан к агентским представительским аккаунтам ООО «еЛама», и предоставлен к нему доступ. В рамках данного

аккаунта ООО «ВОКМАН» самостоятельно создавало рекламные кампании заданной тематики и установило настройки по ее размещению.

Инструменты сервиса eLama.ru упрощают рекламодателю запуск кампаний, управление ставками и аналитику рекламы на Интернет-площадке, но не создают рекламных кампаний и объявлений. Сервис eLama.ru является площадкой (инструментом) для ускорения, улучшения и оптимизации рекламного продукта.

Это также отражено в договоре-оферте, где указывается, что рекламодатель размещает контекстную рекламу заданной тематики на Интернет-площадках и Интернет-ресурсах с использованием сервиса eLama.ru, но за содержание рекламы и за настройки по ее размещению ответственен полностью сам рекламодатель. В соответствии с пунктом 7.9. договора-оферты рекламодатель, как клиент сервиса eLama.ru, несет ответственность за соблюдение всех требований действующего законодательства РФ, в том числе законодательства РФ о рекламе, о защите авторских и смежных прав, об охране товарных знаков и знаков обслуживания.

Как сообщает ООО «еЛама», согласно статистике показа рекламных кампаний в системе Яндекс.Директ, выгружаемой из Личного кабинета агентского аккаунта Общества, рекламное объявление № М-2843933258 размещалось в период с 13.09.2016 г. по 25.09.2016 г., что подтверждается представленным Обществом Актом об оказанных услугах и счет-фактурой за соответствующий период, сформированные ООО «еЛама» и направленный ООО «ВОКМАН».

ООО «еЛама» не владеет информацией о содержании рекламы, объект рекламирования определяет ООО «ВОКМАН» самостоятельно.

С учетом представленных пояснений ООО «еЛама» не признает нарушение Закона о рекламе, поскольку не является рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем, а сервис eLama.ru является технической площадкой для удобства работы с рекламными кампаниями и не создает рекламные кампании, не производит рекламные объявления и не распространяет рекламные продукты.

Комиссия Новосибирского УФАС России, рассмотрев материалы дела, приходит к следующим выводам.

Согласно п. 7 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица или товара.

В силу требований статьи 1484 ГК РФ к действиям по осуществлению исключительного права на товарный знак относится, в том числе, размещение товарного знака в предложениях о продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг), а также в объявлениях, на вывесках и в рекламе.

Согласно п. 20 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

В данном случае из содержания рекламы следует, что указание в рекламе

товарного знака «Суши Терра», позволяет потребителю сделать вывод о возможности получения на данном сайте, указанном в рекламе (sushimake.ru) информации о приобретении продукции под товарным знаком «Суши Терра», что не соответствует действительности.

Также заявителем не передавалось право на использование товарного знака «Суши Терра» третьим лицам, при этом, ООО «ВОКМАН» в своей рекламной кампании был использован товарный знак заявителя без соответствующего согласия, в результате чего потребитель мог быть введен в заблуждение недостоверной информацией об отношении объекта рекламирования к товарному знаку «Суши Терра».

Указанные обстоятельства свидетельствуют о нарушении п.п. 7, 20 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение указанных требований Закона о рекламе, в соответствии со ст.38 Закона, несет рекламоатель.

В соответствии со ст.3 Закона о рекламе, рекламоатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Как следует из материалов дела на основании Договора по оказанию услуг по поддержке web-сайта от 01.08.2016 г. ООО «ВОКМАН» (заказчик) поручило ИП Александрову Д.И. (исполнителю) оказать услуги по поддержке сайта заказчика (sushimake.ru) в сети Интернет, в том числе поддержка технической работоспособности сайта. Устранение неполадок в случае технических сбоев, оказание услуг хостинга, настройку и ведение контекстной рекламы, в том числе в системе Яндекс. Директ.

Все материалы (тексты объявлений, параметры показа, настройка показа) в обязательном порядке согласовываются с заказчиком. Ответственность за содержание материалов несет заказчик.

Данные услуги ООО «ВОКМАН» у ИП Александрова Д.И. были приняты по Акту № 221 от 22.09.2016 г.

Кроме того, услуги по размещению рассматриваемой контекстной рекламы в системе «Яндекс» ООО «еЛама» были оплачены ООО «ВОКМАН» на основании Счет-фактуры № 87981 от 30.09.2016 г. и приняты по Акту № 2016/09/30/1713-96176-Д от 30.09.2017 г., по которому услуги были выполнены полностью, стороны претензий по объему, срокам и качеству оказанных услуг не имеют.

Также услуги ООО «Яндекс» по размещению рекламных материалов в системе «Яндекс» были оплачены и приняты по соответствующим актам ООО «Вокман».

Таким образом, рекламоателем рассматриваемой рекламы, распространяемой в сентябре 2016 г., являются ООО «ВОКМАН», в чьи действия нарушают требования п.п. 7, 20 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

Нарушение требований п.п. 2,3,4 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе при размещении рассматриваемой рекламы Комиссией Новосибирского УФАС

России не установлено.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - это реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» №38-ФЗ от 13 марта 2006г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать Общество с ограниченной ответственностью «ВОКМАН» (ИНН/КПП 5407257778/540701001, адрес: 630132, г. Новосибирск, ул. Челюскинцев, д.44/1, 8 эт.) нарушившими требования:

- п. 7 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица или товара;

- п. 20 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара,

а информацию, размещенную в сентябре 2016 г. на сайте <http://afisha.ngs.ru/news/more/50067223/> следующего содержания:

Яндекс Директ. «Суши Терра? У нас суши за 15 руб!/ Попробуйте наши суши, почувствуйте разницу! Акция – роллы за 15 р./ sushimake.ru/ Адрес/Телефон», ненадлежащей рекламой.

2. Выдать ООО «ВОКМАН» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

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

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

ПРЕДПИСАНИЕ № 03/17

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

16 марта 2017 г.

г.

Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы - И.В. Волохина,

члены Комиссии: Е.А. Скоп – главный специалист-эксперт отдела рекламы

В.Ю. Строгин– ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

на основании своего решения от 16 марта 2017 г. по делу № 03/17 о признании ненадлежащей рекламы, размещенной в сентябре 2016г. на сайте <http://afisha.ngs.ru/news/more/50067223/>, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закона о рекламе), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной «ВОКМАН» (ИНН/КПП 5407257778/540701001, адрес: 630132, г. Новосибирск, ул. Челюскинцев, д.44/1, 8 эт.) в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно, не допускать распространение рекламы, с нарушением требований:

- п. 7 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица или товара;

- п. 20 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара, в том числе рекламуследующего содержания:

Яндекс Директ. «Суши Терра? У нас суши за 15 руб!/ Попробуйте наши суши, почувствуйте разницу! Акция – роллы за 15 р./ sushimake.ru/ Адрес/Телефон».

2.ООО «ВОКМАН» представить в НовосибирскоеУФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до20 апреля 2017 г.