

Решение по делу № 05-6/2-02-2012

19 апреля 2012 г. г. Тверь

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тверской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

председатель Комиссии - Фомин В.М., исполняющий обязанности руководителя управления;

члены Комиссии:

Посохова Л.В., заместитель руководителя;

Шибанов Я.А., специалист - эксперт отдела контроля размещения государственного заказа,

рассмотрев дело № 05-6/2-02-2012 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

в присутствии представителя ООО «Тверь-Авто»: ***,

в отсутствие надлежащим образом уведомленных о времени и месте представителей ООО «Авто Премиум-Ф»,

установила:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Тверской области (далее – Тверское УФАС России) 30.11.2011 поступила информация о размещении на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Тверь, Бурашевское ш., промзона Боровлево, рекламы с текстом следующего содержания – «Astra и никаких ФОКУСОВ». По мнению заявителя, реклама содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, что нарушает требования статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон).

В статье 3 Закона определено, что реклама - это 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; 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; ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации; рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Спорное изображение полностью подпадает под определение, данное в статье 3 Закона, поскольку содержит информацию, распространяемую при помощи рекламного баннера, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Как следует из материалов дела и пояснений ООО «Тверь-Авто», спорная реклама на рекламной конструкции по адресу: г. Тверь, Бурашевское ш., промзона Боролево размещалась на основании заключенного между ООО «Тверь-Авто» и ООО «Практика» договора от 04.03.2011.

Как указано выше, реклама в своей нижней части содержит следующий текст: «ASTRA и никаких FOKYCOB!»; в верхней части рекламы изображен легковой автомобиль. В правой нижней части, изображен логотип автомобилей марки «Опель». Еще ниже имеются ссылки на сайт www.opel.ru, телефон горячей линии Opel 8 800 200 00 46, текст: «тверьавто Тверь, ул. Королева, 1Б, тел. 51-61-61».

При этом рекламный щит, на котором была размещена указанная реклама, находится в непосредственной близости (на расстоянии 200-300 метров) от салона, в котором реализуются автомобили производства «Форд», и занимаемого заявителем – ООО «Авто Премиум-Ф», который, согласно дилерскому договору № 128 от 10.03.2010, осуществляет продажу и послепродажное техническое обслуживание автотранспортных средств, произведенных предприятиями корпорации «Ford motor company» ЗАО («Форд мотор Компани» ЗАО). В то же время автосалон, занимаемый ООО «Тверь-Авто», находится в другой части города (чуть ли не в противоположной).

Согласно части 1 статьи 5 Закона, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пунктам 1 и 4 части 2 статьи 5 Закона, недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами; является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

Комиссия считает, что для оценки добросовестности спорной рекламы необходимо учитывать как содержание такой рекламы, так и место размещения рекламы.

В спорной рекламе размещена реклама автомобиля известной марки – Опель (Opel), модель Астра (Astra), о чем свидетельствуют указание на логотип марки и буквенное указание модели; автомобили марки Опель – вне зависимости от места сборки конкретных моделей, широко известны как автомобили немецкого

производства, и модель данного автомобиля - Астра (Astra) также широко известна.

Комиссия, с учетом содержания рекламы: изображения автомобиля, логотипа и указания на известную и распространенную марку автомобиля, приходит к выводу о том, что в рекламе содержится сравнение автомобилей Опель с автомобилями производства Форд – модели Форд Фокус, и данное сравнение считает некорректным по следующим основаниям. В рекламе в слове «**FOKUCOB**» прописана английская буква «**F**», используемая в наименовании автомобиля Ford Focus. Автомобиль Ford Focus занимает первое место по продаваемости среди других автомобилей производимых компанией Ford, что усиливает смысловую нагрузку при сравнении автомобилей. Слово «**Фокус**» (фокус) в данном случае может нести двусмысленную информационную нагрузку либо может иметь два разных значения, а именно: определяющее непосредственно фокус – как трюк, номер <...> демонстрирующий необъяснимые (с точки зрения зрителя) эффекты, «чудеса», так и зарегистрированный товарный знак либо модель товара. Комиссия считает, что в данном случае при просмотре рекламы у ее потребителя, объективно, возникает ассоциация о сравнении автомобилей моделей «Астра» и «Фокус», поскольку отсутствует любое другое логичное объяснение.

При этом Комиссия, с учетом диспозиции пункта 1 части 2 статьи 5 Закона, считает, что нарушением требований законодательства о рекламе является сам факт некорректного сравнения товаров вне зависимости от того, имеются ли основания для такого сравнения. В то же время Комиссия считает необходимым отметить, что публикуемая в средствах массовой информации, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информация позволяет сделать вывод о том, что автомобили марки «Ford» («Форд») являются одними из наиболее популярных, в 2011, 2012 году по количеству реализованных в России машин (а именно ford focus), корпорация «Ford motor company» находится в пятерке лучших, в то время как «Опель» занимает место с 10-го по 15-ое, что явно не позволяет делать вывод о некачественности автомобилей по сравнению с автомобилями, производимыми «Опель».

При этом, представителями ООО «Тверь-Авто» не было представлено в Управление каких-либо доказательств, сведений, документов, подтверждающих негативную оценку автомобилей марки Форд.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами.

С учетом вышеизложенного, имеются основания для утверждения того, что реклама содержит некорректное сравнение реализуемых одним хозяйствующим субъектом – ООО «Тверь-Авто», товаров – автомобилей Опель Астра, с товарами, реализуемыми другим хозяйствующим субъектом – ООО «Авто Премиум-Ф». Как указано выше, размещаемая ООО «Тверь-Авто» реклама распространялась в непосредственной близости от салона ООО «Авто Премиум-Ф», и такое поведение Общества явно противоречит положениям части 1 статьи 10 Гражданского кодекса Российской Федерации, указывающей на не допущение действий граждан и юридических лиц, осуществляемые исключительно с намерением

причинить вред другому лицу, а также злоупотребление правом в иных формах; а также на не допущение использования гражданских прав в целях ограничения конкуренции. Комиссия считает, что отсутствует «случайность» в размещении рекламы поблизости от занимаемого ООО «Авто Премиум-Ф» салона, в котором реализуются автомобили модели «Форд Фокус»; размещение подобной рекламы рядом с салоном, где происходит реализация автомобилей модели «Форд Фокус» является попыткой дезориентации потребителей рекламы.

Использование указанной рекламы Обществом, объективно, направлено на получение преимущества при осуществлении предпринимательской деятельности, путем размещения такой рекламы заявляет о себе как о продавце лучшего товара, либо указания на то, что конкурирующий товар хуже рекламируемого.

Таким образом, при размещении рекламы были нарушены требования пунктов 1 и 4 части 2 статьи 5 Закона.

В соответствии со статьей 38 Закона ответственность за нарушение требований, установленных статьей 5 Закона, ответственность несет рекламодаделец.

Как следует из приведенных выше договоров лицом, определившим объект рекламирования и содержание рекламы, а, соответственно, и рекламодателем является ООО «Тверь-Авто».

Как следует из пояснений ООО «Тверь-Авто», спорная реклама размещалась с 18.10.2011 по 31.10.2011; в своих пояснениях Общество также указывает на то, что содержание рекламы 15.11.2011 было изменено, в рекламу был вклеен текст «Жизнь набирает обороты» вместо текста «Astra и никаких Фокусов». Из представленных ООО «Тверь-Авто» документов следует, что реклама была демонтирована 30.11.2011.

При таких обстоятельствах Комиссия Управления приходит к выводу о том, что спорная реклама размещалась в период с 18.10.2011 по 30.11.2011; на момент принятия данного решения размещение рекламы с текстом: «Astra и никаких ФОКУСОВ», прекращено, в связи с чем отсутствуют основания для выдачи предписания.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «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 Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия

Решила:

1. Признать размещаемую ООО «Тверь-Авто» в период с 18.10.2011 по 30.11.2011 по адресу: г. Тверь, Бурашевское ш., промзона Боровлево, рекламу с текстом «Astra и

никаких Фокусов», ненадлежащей; ООО «Тверь-Авто» - нарушившим требования пунктов 1 и 4 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе».

2. В связи с прекращением размещения ООО «Тверь-Авто» рекламы с текстом: «Astra и никаких Фокусов», предписание не выдавать.

3. Передать материалы дела № 05-6/2-02-2012 уполномоченному должностному лицу Тверского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «04» мая 2012 года.

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

Председатель Комиссии В.М. Фомин

Члены Комиссии Л.В. Посохова, Я.А. Шибанов