

РЕШЕНИЕ

03 ноября 2015 года

г. Челябинск

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

председатель Комиссии: <...> – заместитель руководителя управления - начальник отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;

члены Комиссии: <...> – специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;

<...> – главный специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

рассмотрев дело № 47-08/15, возбужденное по признакам нарушения ООО «СКМ» требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» по факту размещения в электронном СМИ: «2ГИС», интернет – площадке 2gis.ru, веб-приложении «2ГИС. Челябинск», в разделе «Лифты» рекламной информации следующего содержания: «Чемпион России по лифтам и эскалаторам!», в присутствии представителя по доверенности ООО ЮУДО «СОЮЗЛИФТМОНТАЖ», представителей по доверенности ООО «СКМ»,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области поступило заявление ООО «Союзлифтмонтаж» о размещении ООО «СКМ» на сайте 2gis.ru/chelyabinsk в разделе «Лифты» рекламной информации следующего содержания: «Чемпион России по лифтам и эскалаторам!».

Специалистами Челябинского УФАС России был осуществлен осмотр указанного сайта, в ходе которого выявлено, что при переходе по ссылке 2gis.ru/chelyabinsk осуществляется запуск электронного справочника 2ГИС Челябинск, в разделе «Лифты» которого располагается информация о местонахождении различных организаций. При выборе организации из списка пользователь может увидеть краткую характеристику компании, режим работы, адрес, контакты. Для ознакомления с более подробной информацией пользователю необходимо выделить наименование организации, после чего происходит открытие вкладки,

где размещаются сведения об организации. В верхней строке размещена информация об ООО «СКМ» следующего содержания: «СКМ, ООО, лифтовая компания, Братьев Кашириных, 85 а Чемпион России по лифтам и эскалаторам!».

На запрос Челябинского УФАС России Челябинский филиал ООО «ДубльГИС» пояснило, что рекламная информация размещается на основании договора от 24.02.2015 № Д_15-15-30485 с ООО «СКМ», согласно которому ООО «СКМ» предоставляет рекламные материалы для размещения в электронном СМИ: «2ГИС», интернет – площадке 2gis.ru, и веб-приложении 2gis.ru.». Также Челябинским филиалом ООО «ДубльГИС» представлены макеты рекламных материалов и даны пояснения, что 01 июня 2015 года ООО «СКМ» предоставило измененный рекламный макет, в котором содержатся сведения о том, что ООО «СКМ» чемпион России по лифтам и эскалаторам по результатам Первого Профессионального Чемпионата России по лифтам и эскалаторам в номинации «Качество монтажных и наладочных работ. Соответствие требованиям ТР ТС 011/2011» (проводимого НП «ЦТР ВЕКТОР»).

ООО «СКМ» в ответ на определение Челябинского УФАС России от 26.06.2015 № 10144/08 пояснило, что действовало добросовестно, все сведения подтверждены документально и предоставило диплом Первого Профессионального Чемпионата России по лифтам и эскалаторам в номинации «Качество монтажных и наладочных работ. Соответствие требованиям ТР ТС 011/2011», согласно которому сотрудники ООО «СКМ» заняли первое место в номинации «Качество монтажных и наладочных работ. Соответствие требованиям ТР ТС 011/2011».

На заседании Комиссии представитель по доверенности ООО «СКМ» предоставил заключение специалиста по результатам лингвистического исследования от 23 сентября 2015 года, согласно которому указание в рекламной информации ООО «СКМ» слова «чемпион», с учетом содержания диплома о награждении команды специализированной лифтовой организации ООО «СКМ» дипломом первой степени, соответствует своему значению, то есть обозначает победителя в профессиональном конкурсе.

Рассмотрение материалов дела приводит Комиссию к следующим выводам.

Согласно части 1 статьи 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: «Чемпион России по лифтам и эскалаторам!», размещенная ООО «СКМ» в электронном СМИ: «2ГИС», интернет – площадке 2gis.ru, веб-приложении 2gis.ru» в силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» является рекламой, поскольку, адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к услугам, предоставляемым компанией, и формирование интереса со стороны потребителей, а также продвижение товара на рынке.

Часть 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» определяет товар, как продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот, в данном случае под товаром понимаются

услуги, предоставляемые ООО «СКМ».

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.

Согласно правовой позиции, изложенной в пункте 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 8.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «самый», «лучший», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

В общераспространённом понимании и свободной энциклопедии значение слова «чемпион» воспринимается как «первый», «лучший», «победитель», «обладатель первого места». ООО «СКМ» предоставлено заключение от 23 сентября 2015 года, из которого следует, что в речевой практике слово «чемпион» употребляется метафорически в значении «лидирующий в чем-либо».

Таким образом, использование в рекламе ООО «СКМ» слова «чемпион» направлено на привлечение внимания к компании, указывает на то, что данная компания является лидирующей, первой по производству, поставке, установке лифтового оборудования. Данная рекламная информация приводится в качестве сравнительной с другими компаниями, предоставляющими аналогичные услуги.

В рекламе используются сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами иных организаций, осуществляющих деятельность по предоставлению услуг, связанных с обслуживанием, установкой, поставкой, производством лифтового и эскалаторного оборудования.

При этом отсутствует критерий, по которому осуществлялось сравнение. В материалы дела предоставлены документы, указывающие, что ООО «СКМ» осуществляет такие виды деятельности, как поставка, проектирование, производство, монтаж, техническое обслуживание, ремонт электрических

подъемников.

При этом из рекламы не следует по какому именно критерию осуществляется сравнение. Рекламная информация, размещенная ООО «СКМ» в электронном СМИ: «2ГИС», интернет – площадке 2gis.ru, веб-приложении 2gis.ru» воспринимается как сведения о том, что ООО «СКМ» является чемпионом во всех осуществляемых им видах деятельности. Однако материалами дела, в частности предоставленным дипломом Первого Профессионального Чемпионата России по лифтам и эскалаторам в номинации «Качество монтажных и наладочных работ. Соответствие требованиям ТР ТС 011/2011» подтверждается, что ООО «СКМ» заняло первое место в номинации «Качество монтажных и наладочных работ. Соответствие требованиям ТР ТС 011/2011». Таким образом, слово «Чемпион» может быть указано в рекламной информации применительно к виду деятельности, по которому сотрудники ООО «СКМ» получили первое место.

Заключение специалиста по результатам лингвистического исследования от 23 сентября 2015 года, содержащее выводы о лингвистической составляющей рассматриваемой проблемы не принято Комиссией во внимание в связи тем, что данное заключение указывает фактически на значение слова «чемпион», используемого в рекламе ООО «СКМ». Однако это не может являться основанием для оценки данной рекламы на предмет ее соответствия требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в частности действиям ООО «СКМ» по размещению рекламной информации с использованием сравнения «Чемпион России по лифтам и эскалаторам» без указания критерия, по которому осуществляется сравнение, что является обязательным в соответствии с позицией Пленума Высшего Арбитражного суда РФ.

Исходя из изложенного в рекламе может указываться критерий, по которому осуществляется сравнение только в случае наличия документального подтверждения. В данном случае документально подтверждены только сведения о присвоении сотрудникам ООО «СКМ» первого места в номинации «Качество монтажных и наладочных работ».

Таким образом, в рекламе ООО «СКМ», размещаемой до 01 июня 2015 года в электронном СМИ: «2ГИС», интернет – площадке 2gis.ru, веб-приложении «2ГИС. Челябинск», использовано сравнительная характеристика «чемпион» без указания критерия, по которому осуществляется сравнение, что не допускается в соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе».

Пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе» предусмотрено, что реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

С учетом изложенного реклама, размещаемая до 01 июня 2015 года в электронном СМИ: «2ГИС», интернет – площадке 2gis.ru на основе Справочника организаций «2ГИС. Челябинск», интернет - площадке и веб-приложении на основе Справочника организаций «2ГИС. Челябинск», в разделе «Лифты» следующего содержания: «Чемпион России по лифтам и эскалаторам!» противоречит пункту 1 части 3 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» и является ненадлежащей.

Размещение ненадлежащей рекламы не допускается на основании статьи 5 Федерального Закона «О рекламе».

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

Рекламодателем указанной рекламы следует признать ООО «СКМ» как лицо, предоставляющее рекламную информацию ООО «ДубльГИС» согласно договору от 24 февраля 2015 года № Д_15-15-30485.

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

Материалами дела установлено, что после 01 июня 2015 года в указанную рекламу было внесено изменение, а именно был указан критерий «по результатам Первого Профессионального Чемпионата России по лифтам и эскалаторам в номинации «Качество монтажных и наладочных работ. Соответствие требованиям ТР ТС 011/2011», по которому осуществляется сравнение, в связи с этим Комиссия считает возможным предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать.

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 ООО «СКМ» размещаемую до 01 июня 2015 года в электронном СМИ: «2ГИС», интернет – площадке 2gis.ru, веб-приложении 2gis.ru, в разделе «Лифты» следующего содержания: «Чемпион России по лифтам и эскалаторам!», поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать в связи с демонтажом указанной рекламы.
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 «СКМ».

Решение изготовлено в полном объеме 18 ноября 2015 года.

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

Российской Федерации.