

РЕШЕНИЕ

24 сентября 2014 г.

г. Хабаровск

Исходя из жалобы Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, рассмотрев дело № 4-05/72 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ООО «Ритуальная служба» рекламных услуг, в присутствии гр.П., представителя ООО «Ритуальная служба» (по доверенности),

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства РФ о рекламе Хабаровским УФАС России 26.08.2014 г. в павильоне по оказанию ритуальных услуг (ул. Истомина, 85-а) отследено распространение рекламного буклета городской ритуальной службы.

Данный рекламный буклет, помимо полного названия предприятия, его реквизитов перечня предоставляемых ритуальных услуг, в разделе «О нас» содержит следующую информацию:

«Наша компания имеет более чем десятилетний опыт работы в сфере оказания ритуальных услуг населению. Мы можем смело сказать, что являемся лидерами и инноваторами в качестве и уровне предоставляемых услуг...».

Реклама адресована неопределенному кругу лиц, направлена на продвижение ритуальных услуг, реализуемых в данном заведении, и привлечение клиентов, т.е., соответствует всем критериям, установленным статьей 3 Федерального закона «О рекламе»,

Термин «лидер» имеет следующее значение:

... тот, кто пользуется авторитетом среди кого-либо (Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. – М.: Русский язык, 2000);

... тот, кто по своим показателям опережает других (Л.П. Крысина. Толковый словарь иностранных слов.- М.: Русский язык. 1998.).

Соответственно «лидерство» - это отношения доминирования и подчинения, влияния и следования в системе межличностных отношений в группе (Социальная психология. Словарь под. ред. М.Ю. Кондратьева).

Одновременно синонимом слова «лидер» является термин «вождь», что трактуется как «глава, гегемон, руководитель» (З.Е. Александрова. Словарь синонимов русского языка. Москва. Издательство «Русский язык». 1998).

ледовательно, слово «лидер» в контексте рекламной информации означает степень абсолютного превосходства и формирует представление о городской ритуальной услуге, как идущей первой и возглавляющей ритуальный рынок в регионе.

При этом использованная в рекламе сравнительная характеристика («лидер и новатор в качестве и уровне предоставляемых услуг») не содержит критериев, по которым осуществляется сравнение.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 8 октября 2012 г.) «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» необходимо исходить из того, что 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.

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

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

Из данных разъяснений следует, что отсутствие критериев сравнения в тексте рекламы допускает возможность проведения потребителями такого сравнения по любому критерию, может ввести потребителей в заблуждение относительно объекта рекламирования, явиться побудителем восприятия потребителями информации «лидер» как преимущества перед другими продавцами, осуществляющими свою деятельность на рынке ритуальных услуг.

Таким образом, использованная городской ритуальной службой в рекламе формулировка «лидер и новатор в качестве и уровне предоставляемых услуг» требует фактического и документального обоснования, поскольку она обеспечивает доверие потребителей.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, признается недостоверной и не допускается.

В течение деятельности различных ритуальных служб (в Хабаровске данную деятельность осуществляют 16 хозяйствующих субъектов) при отсутствии жалоб со стороны потребителей на качество оказываемых ими услуг, свидетельствует о том, что «лидерство» городской ритуальной службы на соответствующем товарном рынке не может быть подтверждено указанием на конкретный источник информации: экспертный рейтинг, критерий, по которому названное предприятие является лидером, статистические данные, наличие заключений специалистов и др. В противном случае такая реклама признается недостоверной.

логичные нарушения рекламного законодательства допущены при указании в рекламном буклете информации о том, что «...Наши автомобили не имеют аналогов на Дальнем Востоке».

Изданная сравнительная характеристика направлена на введение в заблуждение потребителя, в том числе на создание ложного представления об уникальности парковки городской ритуальной службы, которого нет ни в одной другой ритуальной службе Дальнего Востока.

Использованное в рекламе утверждение предполагает, что рекламируемая таким образом услуга, является эксклюзивной и самой востребованной со стороны потребителей и что ни один другой субъект, действовавший на данном рынке в Дальневосточном регионе, не имеет такого класса автомобилей, как городская ритуальная служба.

Рекламная информация должна сопровождаться фактическим и документальным подтверждением, в противном случае она нарушает сразу две нормы Федерального закона «О рекламе», а именно, содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5) и о характеристике товара (услуги), его потребительских свойствах (пункт 2 части 3 статьи 5).

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение указанных требований несет рекламодатель.

Установлено, что рекламодателем является ООО «Ритуальная служба», следовательно, по его вине произошло нарушение рекламного законодательства.

В ходе рассмотрения дела представитель ООО «Ритуальная служба» согласился с тем, что рекламная информация содержит нарушения ФЗ «О рекламе» в части недостоверного использования формулировок в превосходной степени. Однако причастность ООО «Ритуальная служба» к распространению рекламы с нарушением рекламного законодательства представитель не признал по следующим основаниям.

В связи с отсутствием видеонаблюдения в месте оказания ритуальных услуг по ул. Истомина, 85-а, общество не имеет возможности отслеживать и контролировать кем, и каким образом и какие по содержанию рекламные буклеты могут попасть для распространения.

В настоящее время распространяются совершенно другие рекламные буклеты ООО «Ритуальная служба», содержание которых соответствует Закону.

Павильон по ул. Истомина, 85-а не имеет никакого отношения к ООО «Ритуальная служба» и принадлежит другому юридическому лицу – ООО «Риал».

Таким образом, ООО «Ритуальная служба» по данному факту распространения рекламируемой рекламы ООО «Ритуальная служба» не является рекламодателем и, следовательно, дело подлежит прекращению.

Кроме того, представителем ООО «Ритуальная служба» заявлено, что монопольным органом нарушена процедура возбуждения дела по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, поскольку до вынесения определения о

буждении дела не была проведена документарная внеплановая проверка ООО «Ритуальная служба».

Приведенные пояснения отклоняются Комиссией по следующим основаниям.

Звокупность содержащейся в буклете подробной информация с указанием названия ритуальной службы («Городская специализированная по вопросам оронного дела ритуальная служба»), даты ее основания (в 2002 году), места ождения (ул. Воронежская, 49, корпус 6), круглосуточного телефона, телефона эга, сайта компании, адреса электронной почты и других реквизитов, детельствует о том, что она преследует главную цель - привлечение внимания ребителей именно к ООО «Ритуальная служба», а не иному хозяйствующему ьекту.

ный перечень реквизитов, содержащихся в рекламе, представлен для удобства ребителей при идентификации предприятия и, следовательно, не может быть зпространен в виде рекламного буклета другим хозяйствующим субъектом в ересах конкурента - ООО «Ритуальная служба».

ичастность ООО «Ритуальная служба» к павильону по оказанию ритуальных услуг Истомина, 85-а) подтверждает тот факт, что на крыше павильона по указанному есу размещен рекламный щит, содержащий фотоизображение микроавтобуса с ыписью на борту: ООО «Городская ритуальная служба. ул. Воронежская, 49, тел. 61-12».

ылка ООО «Ритуальная служба» на нарушение антимонопольным органом ецедуры проведения проверки является неправомерной, поскольку в конкретном чае проверка ООО «Ритуальная служба» не проводилась в связи с отсутствием ее ьходимости.

и оценки рекламы на соответствие рекламному законодательству проведен уальный осмотр места размещения и содержания рекламы, что явилось таточным для выявления признаков нарушения требований ФЗ «О рекламе».

ководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения имонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения онодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

ризнать ненадлежащей рекламу «Мы можем смело сказать, что являемся ерами и новаторами в качестве и уровне предоставляемых услуг» и «Наши омоби́ли не имеют аналогов на Дальнем Востоке», распространенную ООО «Ритуальная служба» в виде рекламного буклета в павильоне ритуальных услуг по есу: г. Хабаровск, ул. Истомина, 85-а, поскольку в ней нарушены требования [пунктов 1 и 2 части 3 статьи 5](#) Федерального закона «О рекламе».

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

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского АС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Предписание изготовлено в полном объеме 26 сентября 2014 г.

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

Предписание

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

26 сентября 2014 года

г. Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, на основании своего решения от 24 сентября 2014 года по делу № 4-05/72 о признании ненадлежащей рекламы «Мы можем смело сказать, что являемся лидерами и новаторами в качестве и уровне предоставляемых услуг» и «Наши автомобили не имеют аналогов на Дальнем Востоке», распространенную ООО «Ритуальная служба» в виде рекламного буклета в павильоне ритуальных услуг по адресу: г. Хабаровск, ул. Истомина, 85-а, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Ритуальная служба» (ИНН 2724066962, место нахождения: 680022, г. Хабаровск, ул. Воронежская, 49), в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить размещение любым способом, любыми средствами рекламы с бездоказательным использованием словосочетаний «Мы можем смело

сказать, что являемся лидерами и новаторами в качестве и уровне предоставляемых услуг» и «Наши автомобили не имеют аналогов на Дальнем Востоке».

2. ООО «Ритуальная служба» (ИНН 2724066962, место нахождения: 680022, г. Хабаровск, ул. Воронежская, 49), представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 01 октября 2014 года.

В случае неисполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Хабаровское УФАС России в праве в соответствии с частью 2.4. статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (в трехмесячный срок).