

РЕШЕНИЕ

по делу № 08-04-17/17

09.08. 2017 года

г. Мурманск

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

Председателя комиссии – заместитель руководителя управления – Попова Ирина Николаевна;

Членов комиссии:

начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Коптев А.С.

и главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В.,

рассмотрев дело № 08-04-17/17 от 19.07.2017 по признакам нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе) в отсутствие представителя, удовлетворено ходатайство о рассмотрении без участия,

УСТАНОВИЛА:

26.06.2017 года в адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области поступило обращение ООО «Юрист-авто» по факту распространения наружной рекламы: «ПРАВО РУЛЯ» бесплатная помощь в правовом регулировании ДТП, тел... адрес... Режим работы...» в виде рекламной конструкции в г. Апатиты, ул. Промышленная, д.29, с требованием привлечь ООО «Право руля» к ответственности по статье 14.33 и 14.3 КоАП РФ. Заявителем представлено фото рекламы.

По мнению ООО «Юрист-авто» в спорной рекламе, отсутствует существенная информация об условиях приобретения услуг, что вводит в заблуждение и создает ложное впечатление у потребителей рекламы и хозяйствующих субъектов о бесплатности всех оказываемых услуг ООО «Право Руля » в правовом урегулировании ДТП.

В соответствии с пунктами 2 и 3 статьи 3 Закона о рекламе:

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;

товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

рекламодаватель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В силу части 7 статьи 5 закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Комиссия в ходе рассмотрения дела изучила рекламу, представленные сторонами документы, письменный отзыв ООО «Право руля» и пришла к выводу, что Обществом в рекламе не соблюдены требования пункта 20 части 3 статьи 5 и части 7 статье 5 Закона о рекламе.

реклама выполнена в виде баннерной наружной конструкции, форматом 2,0 x 4,0 и помещена на ограждении в г. Апатиты на ул. Промышленная, д.29, т.е. направлена на неопределенный круг лиц. На ярко желтом фоне размещена информация черным шрифтом: «ПРАВО РУЛЯ» бесплатная помощь в правовом регулировании ДТП, тел... адрес... Режим работы...» и в верхней части логотип компании.

Реклама содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве: предназначена для неопределенного круга лиц, формирует и поддерживает интерес к компании «Право руля», преследует строго заданные цели продвижение своих продуктов на рынке юридических услуг «Бесплатная помощь в правовом регулировании ДТП...».

Объектами рекламирования является: ООО «Право Руля» и бесплатная правовая помощь.

Общество подтверждает, что по договору безвозмездной аренды рекламного места б/н от 06.02.2017 г., разместило рекламу 8 кв.м, размером 2x4 по адресу: г. Апатиты, ул. Промышленная, д.29а.

По мнению ООО «Право руля» рекламное законодательство не обязывает раскрывать все сведения о рекламном продукте, а лишь его существенные составляющие, поименованные в законодательных актах. В виду того, что закон не раскрывает понятие «существенной» информации и факт введения в заблуждения потребителей рекламы не установлен, общество считает, что указало всю необходимую, достоверную информацию и не нарушило рекламное законодательство. ООО «Право руля» не находит, что отсутствие в рекламе организационно правовой формы общества в рекламе приводит к введению в заблуждение потребителей и искажает смысл рекламы.

Комиссия не согласилась с доводами общества, по следующим основаниям.

Материалы дела содержат учредительные документы ООО «Право Руля» и документы, представленные обществом в качестве подтверждения рекламной

фразе «Бесплатная помощь в правовом урегулировании ДТП», а именно «Правила оказания бесплатной помощи в правовом урегулировании ДТП»(далее- Правила).

Вместе с тем, ООО «Право Руля » представило Прайс-лист на платные услуги общества.

Основной деятельностью ООО «Право Руля», согласно ЕГРЮЛ <...>, является деятельность в области права (69.10).

Устав ООО «Право Руля», утвержденный решением №1 единственного учредителя от 07.11.2016, гласит, что общество является коммерческим корпоративным непубличным юридическим лицом (п.2.1), в качестве основной цели которого, извлечения прибыли (п.5.1).

В соответствии с пунктом 1 статьи 54 Гражданского Кодекса Российской Федерации наименование юридического лица включает указание на его организационно-правовую форму.

В силу статьи 1473 ГК РФ юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица.

Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности (часть2 статьи).

Единый государственный реестр юридических лиц содержит следующие сведения о юридическом лице: полное наименование – общество с ограниченной ответственностью «Право - Руля» сокращенное наименование – ООО «Право Руля».

Полное фирменное наименование коммерческой организации отсутствует в рекламе, что в сочетании со словом «бесплатно» создает впечатление благотворительной, но не коммерческой организации, оказывающей содействие в правовом урегулировании ДТП.

Обратимся к трактовке слова «бесплатный» словарями русского языка:

-новый толково-словообразовательный словарь русского языка. Автор Т. Ф. Ефремова.

бесплатный прил. 1) Предоставляемый или получаемый без оплаты. 2) Не получающий платы за труд;

-толковый словарь под ред. С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой

БЕСПЛАТНЫЙ, -ая, -ое; -ген, -тна. Такой, за который не взимается плата Бесплатное обучение. Бесплатные обеды;

-толковый словарь В.И.Даля

БЕСПЛАТНЫЙ, бесплательный, уступаемый или производимый без платы,

безденежный, даровой, безмездный; -ность ж. свойство, состояние по значению прилаг. Бесплатные, братские услуги;

-толковый словарь русского языка под ред. Д. Н. Ушакова

БЕСПЛАТНЫЙ бесплатная, бесплатное; (кратк. муж. не употр.) бесплатна, бесплатно. Даровой, без оплаты. Бесплатный проезд. Бесплатный билет. Бесплатное обучение;

-словарь синонимов Н. Абрамова

Безвозмездный, безмездный, бесплатный, даровой, бескорыстный, невознаградимый, неоплачиваемый, свободный.

В рассматриваемом рекламном тексте подтекст запланированный автором сигнализирует потребителю о «нужном» восприятии рекламного текста.

Из анализа текста рекламы следует, что ключевыми и соседствующими фразами в рекламе являются «Право руля» и «Бесплатная помощь», которые помещены в центр рекламы.

Используя в тексте рекламы фразу «бесплатная помощь» Общество тем самым воздействует на потребителя, мотивируя обратиться именно в ООО «Право Руля», что имеет положительный отклик, т.к. бесплатная услуга привлекательна для потребителя.

Границы подтекста в рекламном тексте обозримы, так как нацеленность автора на восприятие акцента потребителем достигнута.

В общераспространенном понимании значение слова "бесплатно" воспринимается потребителем, как получаемый без оплаты, даром.

При этом в рекламе не раскрывается существенная информация о том, что Общество в основном осуществляет платные юридические услуги населению и бесплатно оказывает только отдельные юридические услуги, определенные «Правилами» общества, а именно: устные и письменные консультации; заполнение извещений о ДТП; составляет заявления о страховом случае; согласовывает осмотр страховой компанией.

Отсутствие в рекламе организационно правовой формы и предложение бесплатной помощи в рекламе вводит потребителей рекламы в заблуждение относительно фактической деятельности организации.

Согласно пункту 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара/услуги.

В спорной рекламе имеется недосказанность, которая вводит потребителя рекламы в заблуждения и создает неверное представление об основной деятельности ООО «Право Руля» и услугах, т.к. не раскрывает организационно правовую форму общества и перечень бесплатных оказываемых услуг, что противоречит части 7 статье 5 Закона о рекламе.

В силу части 7 статьи 5 закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В связи с этим Комиссией принят во внимание пункт 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" (далее - постановление Пленума ВАС РФ N 58) в корреспонденции с частью 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон о рекламе, Закон N 38-ФЗ).

Из пункта 28 постановления Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" следует, что рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг. Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Понятие существенной информации в Законе о рекламе не содержится, но из смысла части 7 статьи 5 Закона о рекламе следует, что реклама должна содержать не все сведения о конкретном рекламном продукте, а лишь его существенные составляющие, поименованные в законодательных актах. Краткость содержания рекламы допустима, но при условии, что реклама не создает иллюзий о рекламируемом товаре (услуге) и порядке его приобретения (пользования) в целях привлечения интереса потребителей.

При этом потребитель при выборе товара посредством восприятия рекламы делает свой выбор, исходя из самой понятной и самой в его понимании необходимой информации. В большинстве случаев используемые в рекламной информации фразы трактуются рядовым потребителем рекламы буквально. Потребитель, не имеет обязанности проведения анализа рекламы, проверки достоверности и достаточности заявленных в ней сведений.

В рассматриваемом случае иллюзия присутствует, т.к. в рекламе говорится только о бесплатности услуг.

Недосказанность и сокрытие важной информации вводят в заблуждение потребителей и лишают их в итоге возможности принять правильное для себя решение.

Существенной является не только информация, привлекательная для потребителя,

но и информация, способная обмануть ожидания, сформированная у потребителя такой рекламы.

В этой связи для соблюдения информационного права потребителя участники рекламного рынка должны обеспечить соблюдение обязательных требований рекламного законодательства и в конкретном случае наполнить рекламу информацией о полном или сокращенном наименовании лица (с указанием организационно правовой формы) и перечислить услуги, входящие в перечень бесплатных.

Комиссией реклама: «ПРАВО РУЛЯ» бесплатная помощь в правовом регулировании ДТП, тел... адрес... Режим работы...», распространенная 26.06.2017 в г. Апатиты, ул. Промышленная, д.29 признана ненадлежащей и недостоверной, нарушающей пункту 20 части 3 статьи 5 и часть 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 20 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ несет рекламоатель.

В ходе рассмотрения обращения установлено, что рекламоателем является ООО «Право Руля» <...>, которое определило содержание рекламы и объект рекламирования.

Руководствуясь пунктом 2 части 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, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу: «ПРАВО РУЛЯ» бесплатная помощь в правовом регулировании ДТП, тел... адрес... Режим работы...» в виде рекламной конструкции в г. Апатиты, ул. Промышленная, д.29, ненадлежащей, недостоверной и нарушающей пункта 20 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Выдать предписание об устранении нарушения требований пункта 20 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе и обеспечить соблюдение указанной нормы.

3. Материалы дела передать должностному лицу для возбуждения административного производства по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Резолютивная часть решения объявлена 09 августа 2017 года.

Решение изготовлено в полном объеме 10 августа 2017 года.

В соответствии со статьей 37 Закона о рекламе, решение, антимонопольного органа могут быть оспорены в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания.

Председатель комиссии: И.Н.Попова

Члены комиссии: А.С.Коптев

С.В.Мороз

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе по делу

№ 08-04-17/17

09.08.2017 года

г. Мурманск

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

Председателя комиссии – заместитель руководителя управления – Попова Ирина Николаевна;

Членов комиссии: начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Коптев А.С., главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В., на основании своего решения № 08-04-17/17 о признании рекламы: «ПРАВО РУЛЯ» бесплатная помощь в правовом регулировании ДТП, тел... адрес... Режим работы...», распространенной 26.06.2017 в виде рекламной конструкции в г. Апатиты, ул. Промышленная, д.29, ненадлежащей, недостоверной и нарушающей пункта 20 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ, и в соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Рекламодателю – ООО «Право Руля» <...> прекратить нарушение пункта 20 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ и обеспечить соблюдение указанных норм при размещении, как наружной рекламы, так в сети Интернет, и иных средствах массовой информации, а именно наполнить рекламу информацией о полном или сокращенном наименовании лица (с указанием организационно правовой формы) и перечислить услуги, входящие в перечень бесплатных.

2. Об исполнении предписания и принятых мерах сообщить в УФАС по Мурманской области до 30 августа 2017 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ФАС России

вправе, в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель комиссии: И.Н. Попова

Члены комиссии: А.С. Коптев

С.В. Мороз