

## РЕШЕНИЕ № 8/2011

14 апреля 2011 г.

г. Вологда

Резолютивная часть решения оглашена 31 марта 2011 г.

Полный текст решения изготовлен 14 апреля 2011 г.

Комиссия Управления ФАС по Вологодской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Хлевчук В.Т. - председатель комиссии, заместитель руководителя Управления;

Лукова И.С. – член комиссии, ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля;

Ласкин М.В. – член комиссии, государственный инспектор отдела антимонопольного и рекламного контроля;

Власов А.А. – начальник отдела по антимонопольному и рекламному контролю Управления ФАС по Вологодской области – член Комиссии,

при участии представителя ООО «Новое такси»: \*\*\*\*\* (доверенность № 12 от 11 марта 2011 года), и  
представителей ИП Попов В.В. \*\*\*\*\* (доверенность № 24/02-11 от 24.02.2011 года) и \*\*\*\*\*

рассмотрев дело № 8/2011 по признакам нарушения ООО «Новое такси» ФЗ «О рекламе»,

### УСТАНОВИЛА:

В Управление ФАС по Вологодской области поступило заявление от \*\*\*\*\* на действия ООО «Новое Такси» опубликовавшее рекламную статью ««НОВОЕ ТАКСИ» (052) – выгода и справедливость» в еженедельной газете бесплатных объявлений «Спутник» № 47 (744) от 30 ноября 2010 года, содержащую, по мнению заявителя, не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также не соответствующие действительности сведения о фактическом размере спроса на рекламируемый или иной товар.

Недостовойной рекламой является следующая информация: 3 предложение 1 абзац **«Но то, что мы сегодня стали самым крупным предприятием такси в нашем городе, это бесспорно и этому никто возражать не будет»;** «... стоянок стало больше, вызовов больше, работы больше»; «... у нас большое количество стоянок в городе, больше чем у кого либо...»; «у нас работает сейчас наибольшее количество машин в Череповце - около шестисот»; «... да и тут ему стоять долго не придется, диспетчера ежемесячно обслуживают 200-250 тысяч вызовов» «... абонентская плата самая маленькая в Череповце...». Заявитель считает, что автор статьи поднимает до несуществующих высот рейтинг своего предприятия (самое крупное, больше всех машин, стоянок, работы). Указанные сведения являются неточными и ничем не подтвержденными и могут причинить убытки ИП Попову, являющемуся конкурентом ООО «Новое такси, на рынке таксомоторных услуг (услуг диспетчерской службы).

В своем объяснении представители ООО «Новое такси» пояснили следующее.

Целью данной статьи не являлось привлечение внимания к оказываемым услугам. Основной целью данной статьи являлось раскрытие основных принципов работы таксомоторного предприятия, для определенного круга лиц занимающихся пассажирскими перевозками, данная статья содержит призыв к другим таксомоторным предприятиям оказывать услуги честно и добросовестно, так же в статье раскрыты последствия, которые наступают в результате неправомерных и незаконных действий перевозчиков. Для публикации статьи были взяты фактические данные, которые можно подтвердить прямыми и косвенными доказательствами. Представитель ООО «Новое такси» считает, что данная статья не подпадает под определение рекламы.

Исследовав представленные сторонами доказательства, заслушав пояснения сторон, Комиссия Вологодского УФАС считает ООО «Новое такси» нарушившим пункт 1 и пункт 13 части 3 статьи 5 Федерального закона Российской Федерации 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» по следующим основаниям.

В соответствии со ст. 3 ФЗ от 13.03. 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») рекламой является информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с помощью 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.

Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимание к которым направлена реклама.

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

Комиссия Вологодского УФАС исследовав рекламную статью «**«НОВОЕ ТАКСИ» (052) – выгода и справедливость»** опубликованную в еженедельной газете бесплатных объявлений «Спутник» № 47 (744) от 30 ноября 2010 года пришла к следующим выводам:

1) **«У нас работает сейчас наибольшее количество машин в Череповце - около шестисот ... Но то, что мы сегодня стали самым крупным предприятием такси в нашем городе, это бесспорно и этому никто возражать не будет»** - данная информация не соответствует действительности, так как ООО «Новое Такси» не является предприятием такси и не имеет в собственности автомобили. Общество оказывает диспетчерские услуги водителям, с которыми у ООО «Новое такси» заключены агентские договоры на оказание этих услуг. Агентские договоры не подтверждают наличие самого крупного автомобильного парка в г. Череповце. Других документов (свидетельств регистрации транспортных средств на ООО «Новое такси» или документы, подтверждающие передачу машин в аренду или лизинг) подтверждающих наличие автопарка представителем ООО «Новое такси» представлено не было.

2) **«... стоянок стало больше, вызовов больше, работы больше»; «... у нас большое количество стоянок в городе, больше чем у кого либо...»** - данная информация не соответствует действительности, так как ООО «Новое Такси» не имеет в собственности указанные места под стоянку. Документы (разрешения выданные органом местного самоуправления, другие официальные документы) подтверждающие факт принадлежности стоянок ООО «Новое такси» ответчиком представлено не было.

3) **«... абонентская плата самая маленькая в Череповце...»** - данный фрагмент также не соответствует действительности, так как в материалах дела есть ответ ООО «Нью трэфик» на запрос ООО «Новое такси» о стоимости услуг, в котором ООО «Нью трэфик» сообщает, что стоимость услуг составляет 1000 рублей в месяц, то есть столько же сколько и у ООО «Новое такси». Таким образом, абонентская плата ООО «Новое такси» не может быть самой маленькой в г. Череповце. Более того, в материалах дела присутствуют агентские договоры с водителями, в которых указана абонентская плата гораздо выше заявленной в рекламной статье.

4) **«... да и тут ему стоять долго не придется, диспетчера ежемесячно обслуживают 200-250 тысяч вызовов»** - по данной информации представителем ООО «Новое такси» были представлены журналы регистрации вызовов. Комиссия, изучив данные журналы, решила к материалам дела их не приобщать, так как по ним не возможно определить достоверность количества выполненных заказов.

Согласно пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «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 пункта 13 части 3 статьи 5 ФЗ от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о фактическом размере спроса на рекламируемый или иной товар.

Комиссией установлено, что ООО «Новое такси» заказало ЧП Лихачеву А.М. (свидетельство № 842 от 11.04.2002 г) изготовление и размещение в СМИ рекламной статьи «**«НОВОЕ ТАКСИ» (052) – выгода и справедливость»** в последствии опубликованную в еженедельной газете бесплатных объявлений «Спутник» № 47 (744) от 30 ноября 2010 года. В материалах дела есть договор на оказание услуг № 6 от 23 ноября 2010 г. заключенный между ООО «Новое такси» и ЧП Лихачев А.М.. Рекламный макет указанной статьи согласован лично директором ООО «Новое такси» Д.М. Саксом.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение ст. 5 названного Федерального закона несет рекламодатель. Рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное лицо, которое определило объект рекламирования или содержание рекламы, в данном случае рекламодателем является ООО «Новое такси» так как объект рекламирования и содержание определил директор ООО «Новое такси» утвердив макет рекламной статьи.

Таким образом, ООО «Новое Такси» опубликовав рекламную статью «**«НОВОЕ ТАКСИ» (052) – выгода и справедливость»** в еженедельной газете бесплатных объявлений «Спутник» № 47 (744) от 30 ноября 2010 года, содержащую не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также не соответствующие действительности сведения о фактическом размере спроса на рекламируемый или иной товар допустило нарушение пункта 1 и пункта 13 части 3 статьи 5 Федерального закона Российской Федерации 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

На основании вышеизложенного, руководствуясь ст. 36 ФЗ «О рекламе», в соответствии с п. 37 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, комиссия

#### РЕШИЛА:

{С}1. {С}Признать ненадлежащей рекламную статью «**«НОВОЕ ТАКСИ» (052) – выгода и справедливость»**, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 и пункта 13 части 3 статьи 5 Федерального закона Российской Федерации 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

{С}2. {С}ООО «Новое Такси» признать нарушившим пункт 1 и пункт 13 части 3 статьи 5 Федерального закона Российской Федерации 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

{C}3. {C}Выдать ООО «Новое Такси» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

{C}4. {C}Передать материалы дела для решения вопроса о возбуждении административного производства уполномоченному должностному лицу Вологодского УФАС России.

Решение может быть обжаловано в суд в трехмесячный срок со дня вынесения решения.

Подача заявления о признании недействительным решения антимонопольного органа не приостанавливает исполнение решения, если судом не будет вынесено определение о приостановлении исполнения решения.

Председатель комиссии

В.Т. Хлевчук

Члены комиссии:

А.А. Власов

И.С Лукова

М.В. Ласкин