

ООО «Тапко-М»

115419, г. Москва,
ул. Орджоникидзе, д. 11, стр. 44

ООО «Х-Профиль»

117418 г. Москва,
ул. Цюрупы, д. 1А, стр. 1

117418 г. Москва,
ул. Кржижановского, д. 31

ООО «Яндекс»

119021, Москва,
ул. Льва Толстого, д. 16

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть решения оглашена «01» марта 2016 г.

В полном объеме решение изготовлено «30» марта 2016 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – И.С. Гудковой,

членов Комиссии: П.В. Олейника, Н.С. Уваровой,

рассмотрев дело № 3 5 11/77 16 по факту распространения по признакам нарушения ООО «Х-Профиль» пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в присутствии представителя ООО «Тапко-М» в лице Моргунова Д.М. (по доверенности № 4ю от 31.12.2015), представителя ООО «ЯНДЕКС» в лице Качанова А.Н. (по доверенности № 85 от 24.06.2013), генерального директора ООО «Х-Профиль» Курзенковой Н.Е., действующей на основании устава, представителя ООО «Х-Профиль» в лице Неробеевой Т.В (по доверенности б/н от 26.02.2016),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3 5 11/77 16 возбуждено Московским УФАС России 12.10.2015 на основании заявления ООО «Тапко-М» (вх. № 39077 от 29.10.2015) относительно распространения ООО «Х-Профиль» в системе «Яндекс.Директ» рекламы следующего содержания: «Хотите Metalmaster? Есть лучше! Самые продвинутые листогибы с ценами! Посмотрите и сравните! X-profil.ru».

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителей сторон по делу, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссией Московского УФАС России установлено следующее.

ООО «Х-Профиль» (адрес: 117418 г. Москва, ул. Цюрупы, д. 1А, стр. 1) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, зарегистрировано и включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным номером 1107746852487,

ИНН 7702744099.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространяемая 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является товар, средство 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая реклама была размещена в системе Яндекс.Директ на основании договоров на оказание услуг по размещению рекламы, заключенных между ООО «Х-Профиль» и ООО «ЯНДЕКС» на условиях Оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ», расположенной в сети «Интернет» по адресу yandex.ru/legal/oferta_direct (далее - Договоры). Факт заключения договоров подтверждается выставленными ООО «ЯНДЕКС» за оказание услуг по размещению рекламы счетами № Б-60640818-1 от 21.09.2015, № Б-61043249-1 от 28.09.2015, № Б 61568209 1 от 06.10.2015, № Б-61784257-1 от 09.10.2015, № Б 62209289-1 от 15.10.2015, № Б-62913044-1 от 26.10.2015, № Б-63254032-1 от 30.10.2015, № Б 64011493-1 от 10.11.2015, оплаченными ООО «Х-Профиль».

Факт распространения спорной рекламы в системе «Яндекс.Директ» ООО «Х-Профиль» не оспаривается.

Реклама содержит указание на товары, реализуемые ООО «Х-Профиль» на своем официальном сайте x-profil.ru.

Также, в рекламе указывается продукция, производимая ООО «Тапко-М», а именно листогибы марки «Metalmaster».

Кроме того, в рекламе присутствуют следующие выражения: «Есть лучше!», «самые продвинутые листогибы с ценами!».

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Под некорректным сравнением понимается сравнение, построенное с использованием неправильных логических операций таким образом, что его достоверность объективно не может быть ни подтверждена, ни

опровергнута.

Например, некорректным может быть признано сравнение, которое основано на несопоставимых фактах, когда создается общее, вводящее в заблуждение впечатление при сравнении необъективных характеристик. В частности, такое сравнение имеет место тогда, когда делается вывод о сходстве либо превосходстве одного товара над другим, однако конкретные характеристики сравниваемых товаров не упоминаются.

Согласно пункту 9 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», необходимо учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

В рассматриваемой рекламе отсутствует указание на конкретный критерий, который может быть подтвержден или опровергнут объективными данными и по которому возможно осуществить сравнение листогибов Metalmaster с листогибами, реализуемыми ООО «Х-Профиль», а, следовательно, отсутствует возможность сделать вывод о достоверности утверждения «Хотите Metalmaster? Есть лучше! Самые продвинутые листогибы с ценами!».

Комиссией Московского УФАС России отклонены доводы ООО «Х-Профиль» о том, что при определении содержания рекламы ООО «Х-Профиль» имело в виду наличие большого выбора представленных на сайте x-profile.ru листогибов различных производителей с различной ценой, которые можно самостоятельно выбрать и сравнить; а также то, что целью данной рекламы не являлось продвижение какого-либо определенного товара в ущерб товарам марки «Metalmaster», по следующим основаниям.

Само по себе указание в рекламе на разнообразие рекламируемой продукции, точно так же как и предложение посетить сайт и сравнить товары по определенным параметрам, не является противоправным при условии соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе о добросовестности рекламы. В то же время, в спорной рекламе разнообразие продукции выражено словами «хотите Metalmaster? Есть лучше» и «самые продвинутые листогибы», то есть с использованием наименования продукции марки «Metalmaster» и указанием, что на сайте ООО «Х-Профиль» представлены иные листогибы, которые имеют преимущества перед товарами марки «Metalmaster». Таким образом, с точки зрения потребителя указанная реклама воспринимается как реклама товаров, которые превосходят листогибы марки «Metalmaster» при отсутствии, как было отмечено ранее, каких-либо критериев, по которым осуществлялось сравнение.

Иные сведения, свидетельствующие о разнообразии рекламируемых товаров, точно также, как и упоминание иных производителей, в рекламе отсутствуют.

Доводы ООО «Х-Профиль» о том, что Общество является официальным дилером ООО «Тапко-М» также не принимаются во внимание, поскольку наличие каких-либо отношений между обществами не влияет на оценку содержания рекламы, которая имеет объективное воплощение, точно также как и на наличие или отсутствие критериев, по которым должно было

производиться сравнение и которые имели бы объективное подтверждение.

Кроме того, ООО «Х-Профиль» реализует листогибы иных производителей, которые являются объектами рекламирования в спорной рекламе.

Также, в рекламе отсутствуют какие-либо сведения, подтверждающие тот факт, что рекламируемые ООО «Х-Профиль» листогибы являются «самыми продвинутыми» на рынке.

Таким образом, приведенное в рекламе сравнение товаров, реализуемых ООО «Х-Профиль» с товарам марки «Metalmaster» некорректно, поскольку делается вывод о превосходстве иных листогибов, реализуемых ООО «Х-Профиль» над листогибам марки «Metalmaster» при отсутствии конкретных характеристик сравниваемых товаров.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России установлен факт нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, при распространении рассматриваемой рекламы.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 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 пункту 29 постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 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. 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.

Фраза «Хотите Metalmaster? Есть лучше!» прямо указывает на превосходство рекламируемых товаров – листогибов, реализуемых ООО «Х-Профиль», перед листогибам, произведенными ООО «Тапко-М» под товарным знаком «Metalmaster».

Аналогично, фраза «Самые продвинутые листогибы с ценами!» прямо указывает на то, что рекламируемые товары являются наиболее совершенными среди однородных товаров.

Как уже было установлено, в рекламе отсутствует конкретный объективный критерий, на основании которого проводилось сравнение.

Таким образом, приведенное в спорной рекламе сравнение приводится в отсутствие конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России установлен факт нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, при распространении рассматриваемой рекламы.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама «Хотите Metalmaster? Есть лучше! Самые продвинутые листогибы с ценами! Посмотрите и сравните! X-profil.ru», содержащая признаки нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Как уже было установлено ранее, данная реклама распространялась на основании Договоров, заключенных между ООО «Х-Профиль» и ООО «ЯНДЕКС».

Комиссией Московского УФАС России установлено, и сторонами договора не оспаривается, что ООО «Х-Профиль» является лицом, определившим содержание рекламы «Хотите Metalmaster? Есть лучше! Самые продвинутые листогибы с ценами! Посмотрите и сравните! X-profil.ru» и, следовательно, является рекламодателем.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Таким образом, ответственность за нарушение пунктом 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе «Хотите Metalmaster? Есть лучше! Самые продвинутые листогибы с ценами! Посмотрите и сравните! X-profil.ru», несет ООО «Х-Профиль».

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В то же время, установлено, что ООО «Х-Профиль» добровольно прекратило распространение ненадлежащей рекламы, начиная с 05.11.2016, что подтверждается материалами дела, а также пояснениями ООО «ЯНДЕКС».

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи ООО «Х-Профиль» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 Российской Федерации от 17 августа 2006 года № 508,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «Хотите Metalmaster? Есть лучше! Самые продвинутые листогибы с ценами! Посмотрите и сравните! X-profil.ru», распространенную ООО «Х-Профиль» посредством размещения в системе Яндекс.Директ, ненадлежащей в связи с нарушением требований пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.
2. Не выдавать ООО «Х-Профиль» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия в Арбитражный суд г. Москвы в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

И.С. Гудкова

Члены Комиссии

П.В. Олейник

Н.С. Уварова

