

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 31/15

Резолютивная часть решения оглашена «27» апреля 2015 г

Решение в полном объеме изготовлено «13» мая 2015 г.
Новосибирск

г.

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Т.В. Лопаткина – заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы,

члены Комиссии: Е.А. Скоп – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

Д.А. Былина – специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 31/15, возбужденное в Общества с ограниченной ответственностью «Техпром - НСК» (ИНН 5402560080, юридический адрес: ул. Владимировская, д. 26/1, г. Новосибирск, 630001) по факту размещения в ноябре 2014 г. на рекламной конструкции, расположенной вблизи здания по адресу: г. Новосибирск, ул. Станционная, д. 30а, информации следующего содержания: «Гальваника № 1 _ Мы первые в гальванике _ т. «...»», с признаками нарушения:

- п.1 ч. 2 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе): недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

- п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

- п. 20 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: об изготовителе или о продавце рекламируемого товара;

- ч. 7 ст. 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 отсутствии:

заявителя – представитель ЗАО НПФ «Феррит» не явился (уведомлен надлежащим образом),

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – представитель ООО «Техпром - НСК» - не явился (уведомлен надлежащим образом),

заинтересованного лица - «...»- не явился (уведомлен надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

В Новосибирское УФАС России поступило обращение ЗАО НПФ «Феррит» (вх. № 12829 от 26.11.2014 г.), по факту размещения информации, с признаками нарушения с законодательства о рекламе.

Согласно обращению, Общество является представителем малого предпринимательства РФ, входит в число предприятий, составляющий инновационный портрет страны, является резидентом индустриально-промышленного парка. При поддержке Министерства промышленности, торговли и развития предпринимательства Новосибирской области заявитель создал предприятие по оказанию широкого спектра гальванических услуг компаниям по всему Сибирскому федеральному округу на основании современных разработок и материалов, разработанных РХТУ им. Д.И. Менделеева, ведущего Технопарка страны по гальванотехнике и гальванопокрытиям.

В непосредственной близости от офиса заявителя в ноябре 2014 г. на рекламной конструкции, расположенной вблизи здания по адресу: г. Новосибирск, ул. Станционная, д. 30а. размещалась информации следующего содержания:

«Гальваника № 1 _ Мы первые в гальванике _ т. «...»».

По мнению заявителя, данная информация является недостоверной и содержит нарушение законодательства РФ о рекламе.

Новосибирским УФАС России установлено следующее.

В соответствии с п.1 ст. 3 Закона о рекламе, реклама - 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.

Реклама призвана быть убеждающей по своему характеру с тем, чтобы привлечь внимание новых потребителей к товару (объекту рекламирования), сформировать положительное представление о нем и необходимое рекламодателю для продвижения товара позитивное отношение к нему. Признаком рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту рекламирования для продвижения его на рынке, поддержать интерес к нему и закрепить его образ в памяти потребителя.

Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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; под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламной, поскольку обладает всеми признаками понятия «реклама».

Новосибирским УФАС России установлено, что рассматриваемая информация

размещалась на основании Договора № 20/10/2014 РТ на оказание услуг по распространению рекламно-информационных материалов наружной рекламы от 20.10.2014 г., заключенного между ООО "Рекламные технологии" и ООО «Техпром-НСК» сроком с 01.11.2014 г. до 30.11.2014 г.

Согласно п. 1.1. указанного договора, исполнитель (ООО "Рекламные технологии") обязуется по заданию заказчика (ООО «Техпром-НСК») оказывать услуги по распространению рекламно-информационных материалов наружной рекламы, а заказчик обязуется принимать и оплачивать услуги исполнителя согласно условиям данного договора.

В соответствии с пояснениями ООО "Рекламные технологии", макет рассматриваемой рекламы предоставлен заказчиком, исполнитель по договору не оказывает услуги по согласованию рекламных макетов.

Согласно п. 7.9 данного Договора, заказчик (ООО «Техпром-НСК») несет полную ответственность за соответствие рекламных материалов и их формы и содержания выражения действительности и действующему законодательству.

В силу п.1 ч. 2 ст. 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;

П. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе установлено, что недостоверной признается реклама, содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно п. 20 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

В соответствии с ч. 7 ст. 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.

Реклама товаров (работ, услуг) не должна создавать у потребителей заблуждений относительно свойств (качеств, характеристик и др.) товара (работы, услуги). Таким образом, в рекламе не допускается использование информации не соответствующей действительности и аналогичных сведений о преимуществах рекламируемого товара.

Действующее законодательство в регулируемой сфере правоотношений исходит из того, что достоверность распространяемой рекламы с использованием утверждений в превосходной степени «лучшее» должна соответствовать реальной действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

При этом, применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени, например утверждений о "самом", "лучшем", "абсолютном",

"единственном", "№1" и т.п., действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодатель не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства. При этом, использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

На рассмотрение дела Комиссией Новосибирского УФАС России представитель ООО «Техпром-НСК» не явился, отзыв и документы, подтверждающие заявленное содержание рассматриваемой рекламы не представил, что указывает на нарушение п.1 ч. 2, п.п. 1, 20 ч. 3 и ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

В данном случае, при использовании терминов в превосходной степени не указаны конкретные критерии, по которым рекламодатель заявляет о себе в превосходной степени, документального подтверждения данного факта в материалы дела рекламодателем не представлено. В связи с чем, преимущества компании, указанные в рекламе представлены в преувеличенном виде.

Ответственность за нарушение указанных требований Федерального закона «О рекламе» несёт рекламодатель (ч.6 ст.38 Федерального закона «О рекламе»), в данном случае, с учетом изложенного таким лицом является ООО «Техпром - НСК».

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» №38-ФЗ от 13 марта 2006г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать Общество с ограниченной ответственностью «Техпром - НСК» (ИНН 5402560080, юридический адрес: ул. Владимировская, д. 26/1, г. Новосибирск, 630001), нарушившим требования:

- п.1 ч. 2 ст. 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;

- п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

- п. 20 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: об изготовителе или о продавце рекламируемого товара;

- ч. 7 ст. 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,

а информацию, размещенную в ноябре 2014 г. на рекламной конструкции, расположенной вблизи здания по адресу: г. Новосибирск, ул. Станционная, д. 30а следующего содержания: «Гальваника № 1 _ Мы первые в гальванике _ т. «...»», ненадлежащей рекламой.

2. Выдать ООО «Техпром - НСК» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение 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

«13» мая 2015 г.

г. Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Т.В. Лопаткина – заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы,

члены Комиссии: Е.А. Скоп – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

Д.А. Былина – специалист-эксперт отдела рекламы,

на основании своего решения от 13 мая 2015 г. по делу № 31/15 о признании информации, размещенной в ноябре 2014 г. на рекламной конструкции, расположенной вблизи здания по адресу: г. Новосибирск, ул. Станционная, д. 30а следующего содержания: «Гальваника № 1 _ Мы первые в гальванике _ т. «...»», ненадлежащей рекламой,

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «Техпром - НСК» (ИНН 5402560080, юридический адрес: ул. Владимировская, д. 26/1, г. Новосибирск, 630001) в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить

нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Для этого прекратить распространение рекламы с нарушением требований:

- п.1 ч. 2 ст. 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;

- п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

- п. 20 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: об изготовителе или о продавце рекламируемого товара;

- ч. 7 ст. 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 том числе рекламы, указанной выше.

2. ООО «Техпром - НСК» представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания, в срок до «15» июля 2015 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новосибирское УФАС 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 статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.