

лютивная часть решения объявлена 19 октября 2015 года.

иссия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

«...»

рассмотрев дело № 3-01/42-2015 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное в отношении общества с ограниченной ответственностью «Лидер» (ИНН 5836659050; далее – ООО «Лидер») по делу о распространении в г. Пензе на заднем стекле автобуса малой вместимости №16 рекламы «Компаний много ЛИДЕР один. Натяжные потолки 770-800», содержащей признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ о рекламе (далее – ФЗ «О рекламе»),

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – представителя ООО «Лидер» «...» по доверенности от 12.10.2015,

#### УСТАНОВИЛА:

Пензенское УФАС России поступило заявление «...» (от 29.07.2015 вх. № 1001-э) по делу о распространении в г. Пензе в июле 2015 года недостоверной рекламы с названием «компаний много ЛИДЕР один», размещенной на заднем стекле автобуса малой вместимости №16.

Пензенским УФАС России определением от 11.08.2015 по факту распространения в г. Пензе в июле 2015 года на заднем стекле автобуса малой вместимости №16 рекламы с названием «компаний много ЛИДЕР один» возбуждено дело № 3-01/42-2015 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе». К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечено ООО «Лидер».

По заявкам, послужившим основанием для возбуждения дела № 3-01/42-2015, ООО «Лидер» 12.10.2015 представлены письменные пояснения, из которых следует, что размещение в рекламе «компаний много ЛИДЕР один» - основополагает и понимается как само название компании – Общества (ООО «Лидер»), исходя из чего компания (Общество ООО «Лидер») является действительно единственной из ряда других компаний по установке натяжных потолков в Пензенской области и г. Пензе. Единственной компанией (организацией) в г. Пензе – ООО «Лидер» как юридическое лицо, оказывающее услуги по установке натяжных потолков, одно.

На заседании по рассмотрению дела № 3-01/42-2015 представитель ООО «Лидер» поддержал выводы, изложенные в письменных пояснениях от 12.10.2015. Но, вместе с тем, факт нарушения законодательства о рекламе признал. Пояснил, что допущенное нарушение произошло в связи с незнанием требований законодательства о рекламе.

На основании представленных документов, заслушав пояснения лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия пришла к следующему выводу:

на основании договора от 01.07.2015 на оказание услуг, заключенного с

видуальным предпринимателем «...», ООО «Лидер» в июле 2015 года на заднем сиденье автобуса малой вместимости №16 была размещена информация следующего содержания: «Компаний много ЛИДЕР один. Натяжные потолки 770-800». Мелким шрифтом внизу: «ИНН 5836659050 ОГРН 1135836004589». Данная информация представлена на изображении нарисованного мужчины (фотографии в материалах дела).

В соответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

назначаться для неопределенного круга лиц;

привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке.

Неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны отношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Сущностью любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту продвижения его на рынке и закрепить его образ в памяти потребителя.

Информация, матрируемая по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Согласно части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

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

В указанной рекламе содержится слоган: «Компаний много ЛИДЕР один».

Согласно толковым словарям:

лидер, лидер: 1. Глава, руководитель политической партии, общественно-политической организации или вообще какой-н. группы людей; человек, пользующийся авторитетом и влиянием в каком-н. коллективе. Политический лидер. 2. Спортсмен или член спортивной команды, идущий первыми в состязании. Лидер турнира. Гонка за лидером (в велоспорте: вслед за идущим впереди мотоциклом). 3. Корабль, возглавляющий

нну, группу судов.

емовской, лидер: 1. Вождь политической партии, руководитель общественно-профессиональной организации. Тот, кто пользуется особым авторитетом среди кого-либо. 2. Спортсмен или команда, идущие первыми в каком-либо состязании. 3. Судно, самолет, идущие первыми в группе.

в определенном толковании данного слова следует, что слово «лидер» означает «первый», «номер один», «лучший» и т.д.

в соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами федерального закона «О рекламе» № 58 от 18.06.2012, использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «лучший», «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 свойствах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, производимыми другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

В отсутствие указанных требований, соответствие действительности сведений, содержащихся в рекламе, должно быть документально подтверждено.

В ходе рассмотрения дела установлено, что в рекламе, размещенной на заднем стекле автобуса малой вместимости №16 используется термин в превосходной степени «лидер», без указания конкретного критерия.

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.

Утверждение «лидер», свидетельствует о превосходстве «Компании по установке натяжных потолков», принадлежащей ООО «Лидер», в сравнении с другими компаниями. Поскольку «лидер» подразумевает, что рекламируемая компания является первой из ряда других однородных компаний, обладает более высокими достоинствами и преимуществом перед ними во всех отношениях.

В городе Пензе в настоящее время на товарном рынке работает несколько десятков предприятий, предлагающих аналогичные услуги, оказываемые ООО «Лидер».

Следовательно, на котором осуществляет свою деятельность ООО «Лидер», является недостоверным, и утверждение: «Компаний много ЛИДЕР один» носит недостоверный характер.

В этом информация «Компаний много ЛИДЕР один» в ходе рассмотрения дела документально подтверждена не была, доказательств, свидетельствующих, что данная организация имеет какие-либо преимущества перед другими компаниями, Комиссии не представлено.

Утверждение представителя ООО «Лидер» относительно того, что в рекламе используется наименование организации, является необоснованным.

ования к фирменному наименованию организации устанавливаются ГК РФ.

асно части 1 статьи 54 Гражданского Кодекса Российской Федерации, дическое лицо имеет наименование, содержащее указание на его организационно-овую форму.

ссматриваемом случае, согласно Устава, полное официальное наименование на :ком языке читается как – Общество с ограниченной ответственностью «ЛИДЕР», ащенное наименование – ООО «ЛИДЕР».

сламе ООО «Лидер» содержится только указание на слово «лидер», не являющимся ициальным наименованием самой организации.

вях определения наличия либо отсутствия признаков нарушения пункта 1 части 3 ии 5 ФЗ «О рекламе» рассмотрение содержания рекламы со слоганом «Компаний о ЛИДЕР один» было включено в повестку заседания Экспертного совета по рекламе Тензенском УФАС России, все члены которого согласились с тем, что фраза, льзуемая в рекламе, означает то, что рекламируемая компания является лучшей, ой среди других предприятий, предлагающих аналогичные услуги. Судя по инке «ЛИДЕР» используется и как название фирмы (прописные буквы в тексте) и как гип на груди у спортсмена – лидера в чем-то. Рекламодатель сознательно употребил сламе название фирмы как психологическое воздействие на потребителя: лидер – лт первый среди других изготовителей натяжных потолков.

ие того, с целью установления мнения рядового потребителя о рекламе со слоганом паний много ЛИДЕР один», Пензенским УФАС России в августе 2015 года был еден экспресс-опрос, по результатам которого 75% (30 голосов) согласились с тем, логан данной компании натяжных потолков подразумевает то, что компания этся единственной (лучшей) из числа других конкурентов, обладает высокими оинствами во всех отношениях.

м образом, слово «лидер» в контексте рекламной информации означает степень лютного превосходства и формирует представление о компании натяжных лков, как возглавляющей рынок по изготовлению (установке) натяжных потолков в оне. При этом критерии, по которым осуществляется сравнение, в рекламе не ржкится.

звая изложенное, реклама со слоганом «Компаний много ЛИДЕР один», ещенная на заднем стекле автобуса малой вместимости №16, нарушает ования пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

асно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям одательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

асно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за шение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 настоящего закона несет амодатель.

тветствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – это изготовитель родавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) ржкание рекламы лицо.

амодателем вышеуказанной рекламы является ООО «Лидер» (ИНН 5836659050), что

верждается договором от 01 июля 2015 года б/н на оказание услуг по размещению амы на задних стеклах автобусов малой вместимости №16 с индивидуальным ,принимателем «...»

ывая вышеизложенное, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, иссия пришла к выводу, что ООО «Лидер» нарушило требования пункта 1 части 3 ии 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно статье 1 ФЗ «О рекламе», целями данного закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

ответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, ужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о аме, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации «ламе, антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения лет лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение ,писание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о аме.

ьей 33 ФЗ «О рекламе» предусмотрены полномочия антимонопольного органа на дествление государственного надзора в сфере рекламы, в частности, выдавать аמודателям, рекламораспространителям, рекламопроизводителям обязательные 1сполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской эрации о рекламе.

омент рассмотрения дела Комиссии Пензенского УФАС России доказательств анения нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» ООО ер» представлено не было.

изи с чем Комиссия Пензенского УФАС России считает целесообразным выдачу аמודателю предписания о прекращении нарушения требований рекламного нодательства.

у части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламоделателями, амопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской эрации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с Кодексом ийской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2 пункта 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, Комиссия

РЕШИЛА:

иззнать ненадлежащей рекламу: «Компаний много ЛИДЕР один. Натяжные потолки Ю00», распространяемую ООО «Лидер» в июле 2015 года на заднем стекле автобуса №16, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи «О рекламе».

2. Выдать ООО «Лидер» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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

Решение изготовлено в полном объеме 30 октября 2015 года.

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