

ИГ/34096 от 03.08.2016

ООО «Гранд»

123298, г. Москва,

ул. Маршала Бирюзова, д. 1, к. 1А

111020, г. Москва,

ул. Синичкина 2-я, д. 9А, к. 4

<...>

125480, г. Москва,

<...>

142100, г. Подольск,

<...>

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «12» мая 2016 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения 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, К.С. Сучковой, рассмотрев дело № 3-5-22/77-16, возбужденное в отношении ООО «Гранд» относительно распространения в апреле 2015 года рекламных буклетов «Ремонт» сервисного центра «Руки из плеч», содержащих следующую информацию: «Возможна рассрочка и кредит 0%», «Сервис № 1 в России», с признаками нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы, 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, выразившегося в распространении рекламы, содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, выразившегося в распространении рекламы которая содержит не

1

соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, в присутствии представителя заявителя в лице Тереховой О.С. (по доверенности от 11.05.2016),

в отсутствие ООО «Гранд» (уведомлено надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-22/77-16 возбуждено в отношении ООО «Гранд» на основании обращения физического лица по факту распространения в апреле 2015 года рекламных буклетов «Ремонт» сервисного центра «Руки из плеч», содержащих следующую информацию: «Возможна рассрочка и кредит 0%», «Сервис № 1 в России»

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, 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, признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами; пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам. ООО «Гранд» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 27.11.2014 за основным государственным регистрационным номером 5147746420971, ИНН 7722865126.

Путем выдачи клиентам при получении отремонтированного оборудования распространялась реклама, содержащая следующую информацию: «Возможна рассрочка и кредит 0%», «Сервис № 1 в России».

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается 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.

2

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Не смотря на тот факт, что данные рекламные буклеты выдавались клиентам при получении отремонтированного оборудования в офисе компании, сам способ распространения свидетельствует о том, что подобные рекламные буклеты могли быть

выданы в неопределенном количестве, что подразумевает неопределенный круг получателей спорной рекламы.

Таким образом, установлено, что способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, под объектом рекламирования понимается 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.

Согласно пункту 3 Закона о рекламе, товаром признается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из содержания рекламных листовок, в данном случае объектом рекламирования являются услуги по ремонту техники и квартир, оказываемые ООО «Гранд»

На основании изложенного, спорный информационный буклет является рекламой. Данный факт ООО «Гранд» не оспаривается.

Согласно 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.

Текст рекламы содержал указание на предоставление рассрочки под 0%.

Однако, отсутствует какое-либо упоминание об условиях, на которых предоставляется рассрочка под указанный процент.

Нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе подразумевает отсутствие в рекламе какого-либо товара (работы, услуги) части существенных условий, которые могут повлиять на выбор потребителя либо такое изложение сведений о товаре (работе, услуги), при котором отсутствует часть информации, что может

3
ввести потребителей в заблуждение. В спорной рекламе присутствовала информация о возможности получить рассрочку и кредит 0%, однако не были изложены все условия их получения. Таким образом, до потребителей не были доведены все условия предоставления обещанной в рекламе рассрочки под 0%.

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.

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.

Рассматриваемая реклама содержала следующие сведения: «Сервис № 1 в России».

Распространенная реклама не содержит прямого сравнения услуг, оказываемые ООО «Гранд», с услугами, оказываемые иными компаниями. Между тем, используемое в рекламе утверждение «Сервис № 1 в России» позволяет сделать вывод о том, что сравнение производится со всеми иными аналогичными компаниями.

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.

Понятие «несопоставимый» употребляется для обозначения двух переменных, не имеющих никакого общего измерения или стандарта сравнения. Установлено, что в рассматриваемой рекламе отсутствует указание на конкретный критерий, который может быть подтвержден или опровергнут объективными данными и по которому возможно осуществить сравнение компании ООО «Гранд» с аналогичными Обществами, а следовательно отсутствует возможность сделать вывод о «Сервис № 1 в России».

4

Таким образом, приведенное в спорной рекламе сравнение по своей форме некорректно, а сравниваемые параметры несопоставимы и не могут быть объективно проверены.

Ответственность за нарушение пункта 1 части 2, пункта 1 части 3, части 7 статьи 5 Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Исходя из письменных пояснений лица, и имеющимся документам, данных в ходе рассмотрения дела, рекламодателем спорной рекламы является ООО «Гранд».

Данный факт Обществом не оспаривается.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО «Гранд» при распространении в апреле 2015 года рекламных буклетов «Ремонт» сервисного центра «Руки из плеч», содержащих следующую информацию: «Возможна рассрочка и кредит 0%», «Сервис № 1 в России».рассрочка 0%», установлено нарушение пункта 1 части 2, пункта 1 части 3, части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

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.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о

рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Гранд» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения)

5
рекламы, нарушающей положения Закона 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, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, распространенную в апреле 2015 года посредством рекламных буклетов «Ремонт» сервисного центра «Руки из плеч», содержащих следующую информацию: «Возможна рассрочка и кредит 0%», «Сервис № 1 в России», ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 2, пункта 1 части 3, части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «Гранд» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Председатель Комиссии И.С. Гудкова

Члены Комиссии П.В. Олейник

Н.С. Уварова

К.С. Сучкова

Исполнитель: К.С. Сучкова, Тел: 8 (495) 784-75-05 (доб. 111)

6