

ФАС

ФАС

**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**

148, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а
5

тел. 50-

РЕШЕНИЕ №Р17/21-5

04.08.2017 г.

г. Тюмень

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель
Комиссии:

<...>

- руководитель
управления;

Члены Комиссии:

<...>

- заместитель начальника
отдела КСЗ;

<...>

- главный специалист-
эксперт отдела КСЗ,

рассмотрев дело № Р17/21-5, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения рекламы в сети «Интернет» посредством системы «Я»,

При участии представителей:

- от АО «С» - <...> (доверенность № 19 от 01.06.2017г.), <...>
(доверенность № <...> от 01.06.2017г.)

- от ООО «А» – <...> (приказ № <...> от 04.07.2013г.),

УСТАНОВИЛА:

В Тюменское УФАС поступило обращение АО «С» о размещении в сети «Интернет» посредством системы «Я», рекламы, следующего содержания: «С» – Газовые ИК излучатели – Светлые и темные. Светлые. Темные. О нас. Контакты.<...>.рф реклама. Подбор оборудования. Доставка в любой регион. Контактная информация . <...> . пн-пт 10:00-19:00, сб 12:00-17:00», содержащей признаки нарушения требований рекламного законодательства.

Определением от 05.05.2017г. № Р17/21-5 возбуждено дело № Р17/21-5 по признакам нарушения законодательства о рекламе.

Комиссия, исследовав имеющиеся материалы дела, пришла к следующим выводам.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, *рекламой* является 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; *объект рекламирования* - товар, средства 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; *ненадлежащая реклама* - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Независимо от формы или используемого средства распространения, реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как реклама.

Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

В данной рекламе, размещенной в сети «Интернет» посредством системы «Я», информация направлена на привлечение внимания **потребителей** именно к **товарам, реализуемым компанией «С», а так же непосредственно к самой организации «С».**

Таким образом, информация, размещенная в сети «Интернет» посредством системы «Я», соответствует понятию, изложенному в ст. 3 Федерального закона «О рекламе» и **является рекламной, где объектом рекламирования является товар, реализуемый организацией «С», а так же непосредственно сама организация «С».**

Как следует из [части 1 статьи 5](#) Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. Вместе с тем способ, форма и средства распространения соответствующей информации имеет существенное значение. Ненадлежащей рекламой согласно [подпункту 4 статьи 3](#) Закона о рекламе является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с [п. 29](#) Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 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.

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.

Актом осмотра от 20.03.2017г. установлено, что на странице интернет-сайта по адресу <http://www.<...>.ru/> при введении в поисковой строке слова «С», поисковая система «Яндекс» в центральной верхней части экрана выдает информацию следующего содержания: «С» – Газовые ИК излучатели – Светлые и темные Светлые Темные О нас Контакты <...>.рф реклама Подбор оборудования. Доставка в любой регион. Контактная информация . <...>. пн-пт 10:00-19:00, сб 12:00-17:00».

При этом, как следует из заявления АО «С», Заявитель не имеет никакого отношения ни к рекламе, ни к интернет-сайту <http://www.<...>.рф>, указывая на то, что данная реклама не соответствует действительности и вводит потребителей в заблуждение.

Содержание спорной рекламы: «С» – Газовые ИК излучатели – Светлые и темные Светлые Темные О нас Контакты <...>.рф реклама Подбор оборудования. Доставка в любой регион. Контактная информация . <...>. пн-пт 10:00-19:00, сб 12:00-17:00», создает впечатление, что рекламируемый товар реализует непосредственно организация «С». Подача рекламной информации в данном виде, и указывая при этом номер телефона компании «А» позволяет вводить потребителей в заблуждение.

Потребитель не может знать, что при звонке по номеру телефона указанному в спорной рекламе или перейдя на интернет-сайт <http://www.<...>.рф>, необходимый товар будет приобретен у организации «А», а не у организации «С» (производитель продукции), как это следует из рассматриваемой рекламы.

Более того, необходимо отметить, что исходя из специфики системы «Я», потребителям при поиске в сети интернет «С», в первую очередь, будет представлена спорная реклама, с номером телефона компании «А».

При этом при переходе по рассматриваемой рекламе, попадаешь на интернет-сайт компании «А», а не на интернет-сайт организации «С», как это следует из содержания вышеуказанной рекламы. Доведение до потребителя рекламной информации путем введения его в заблуждение относительно продавца рекламируемого товара, направлено на получение преимуществ в предпринимательской деятельности путем снижения затрат на продвижение своего предприятия (повышение его узнаваемости).

Довод Ответчика о том, что между ООО «А» и АО «С» заключен дилерский договор № <...> от 26.01.2015г. (далее – Договор), в соответствии с которым разрешалось распространение рекламы производимой ими продукции, Комиссией не принимается во внимание, поскольку исходя из п. 4.1.5. и п. 4.2.2. вышеуказанного договора, Ответчик обязуется обеспечивать рекламу в соответствии предоставленными Заявителем образцами и материалами.

Кроме того п. 4.1.2. Договора, Ответчик обязуется не использовать от своего имени прямо или косвенно интеллектуальную собственность

Заявителя, другие средства его индивидуализации, его имя, опыт, связи с целью привлечения клиентов для реализации товаров и услуг других организаций, реализующих товар, аналогичный Товару Заявителя.

Вместе с тем, как следует из письменных пояснений ООО «А» (исх. № 142 от 24.07.2017г./вх. № 5836 от 27.07.2017г.), на интернет-сайте, на который попадаешь, перейдя по ссылке рассматриваемой рекламы, представлено схожее оборудование с продукцией производимой АО «С», а не так, как это следует из рассматриваемой рекламы.

При этом срок действия вышеуказанного договора истек 31.12.2015г., а как установлено материалами дела, рассматриваемая реклама распространялась 20.03.2017г.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит нарушение требований пункта 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, а именно: содержит не соответствующие действительности сведения о продавце рекламируемого товара и вводит в заблуждение потребителей рекламы относительно продавца рекламируемого товара.

В соответствии с ч. 4 ст. 38 Закона «О рекламе», нарушение рекламоадателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства РФ о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством РФ об административных правоотношениях.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований п. 20 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламодаделец.

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

Как установлено материалами дела, рекламодателем вышеуказанной рекламы является ООО «А» (<...>), как лицо, определившее объект рекламирования и содержание рекламы.

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.

Вместе с тем, ответчиком не представлено документальных доказательств о прекращении размещения рекламы содержащей не соответствующие действительности сведения о продавце рекламируемого товара.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «А» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, размещенную в сети «Интернет» посредством системы «Я», следующего содержания: «С» – Газовые ИК излучатели – Светлые и темные. Светлые. Темные. О нас. Контакты. <...>.rf реклама. Подбор оборудования. Доставка в любой регион. Контактная информация . <...> . пн-пт 10:00-19:00, сб 12:00-17:00», ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе».

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

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тюменского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме _____ года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке,

предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>