

РЕШЕНИЕ

Дата принятия решения: 04 марта 2016 года
Иваново

г.

Комиссия Ивановского УФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе (далее - Комиссия):

<...>

рассмотрев дело № 02-35/2016-002, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

в присутствии представителя заявителя: ООО «Стандартпласт» <...>,

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе: ООО «Плеяда» <...>,

в присутствии представителей заинтересованного лица: ООО «АР-Эксперт» <...>,

УСТАНОВИЛА:

В Ивановское УФАС России поступило заявление ООО «Стандартпласт» по факту распространения рекламы с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Так, заявитель указал, что статья «Сравнение материалов Шумофф с конкурентами», размещенная на странице сайта в сети Интернет <http://shumoff77.ru/statji/151-stp-shumoizolyatsiya>, является недостоверной и недобросовестной рекламой, т.к. в тексте употреблены следующие фразы:

- «Материал одинаково хорошо работает в любом диапазоне температур»;
- «Стоит обратить внимание на облегчённый вибропоглотитель Шумофф L2 (у конкурентов есть похожий аналог - шумоизоляция STP Aero). Он легче, чем M2 на 30% при сохранении тех же свойств»;
- «Лучшим материалом для вибропоглощения является МиксФ. Его толщина 4,5 мм. При этом он состоит из 4-х слоёв разной плотности, что даёт максимальный эффект вибропоглощения. Коэффициент механических потерь МиксФ – около 0,5. Это безусловный лидер, несравнимый ни с одним другим материалом из ныне существующих»;
- «Специально для автомобильной шумоизоляции нами были разработаны

улучшенные материалы серии «Комфорт» и «Герметон». Это «флагманы» всей линейки материалов Шумофф. Несмотря на более высокую конечную стоимость товара, по сравнению с бюджетными материалами «П4В» и «П8В», вы получаете шумопоглощение до 95%»;

- «Давайте подведём общий итог всех преимуществ материалов Шумофф, перед материалами конкурентов: все материалы Шумофф, не имеют неприятного запаха, а так же не имеют в своём составе веществ, вредных для здоровья; самый лучший, гарантированно устойчивый к любым воздействиям клеевой слой; <...> более высокая эффективность материалов при схожих с конкурентами характеристиках; низкая степень горючести, эффект само затухания; <...> более удобный размер, адаптированный для удобного монтажа, не требующий профессиональных навыков; выступающий рисунок тиснения, обеспечивающий повышенные характеристики всех вибропоглотителей»;

- «В заключение хотелось бы сказать, что большинство конкурирующих компаний используют в своих материалах асбест, который обладает вредными для организма человека канцерогенами. Люди, работающие на добыче и переработке асбеста, в несколько раз больше подвержены возникновению рака. Международное агентство по исследованию раковых заболеваний относит асбест к наиболее опасной категории веществ, содержащих канцерогены».

К заявлению были приложены подтверждающие указанные доводы доказательства (протоколы испытаний, технические требования к материалу и др.).

Таким образом, рассматриваемое заявление содержит указание на факт распространения рекламы с признаками нарушения с п.1 ч.2, п.1 и п.2 ч.3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Факт распространения рассматриваемой рекламы подтверждается: заявлением, материалами осмотра сайта в сети Интернет <http://shumoff77.ru/>.

За нарушение требований с п.1 ч.2 и п.1, п.2 ч.3 ст.5 Закона о рекламе согласно ч.6 ст. 38 данного закона ответственность несет рекламодатель.

Ивановским УФАС России по данному факту 27 января 2016 года возбуждено дело №02-35/2016-002 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Определениями от 25.02.2016 рассмотрение дела было отложено на 04.03.2016, одновременно срок рассмотрения был продлен до 27.04.2016.

Письмом от 03 марта 2016 года №АК/13420/16 ФАС России наделило Ивановское УФАС России полномочиями по рассмотрению дела № 02-35/2016-002, возбужденного по признакам нарушения законодательства о рекламе.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия пришла к следующим выводам.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащей является реклама не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно ст. 3 Закона о рекламе реклама – это информация, распространяемая

любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования и поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с письмом ФАС России от 28.08.2015 №АК/45828/15 «О рекламе в сети «Интернет»» информация может быть признана рекламой, когда размещаемая на сайте информация направлена не столько на информирование потребителя об ассортименте товаров или деятельности компании, сколько на привлечение внимания к конкретному товару и его выделение среди однородных товаров.

Таким образом, рассматриваемая информация подпадает под определение рекламы и содержит все её признаки:

- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к материалам **бренда «Шумофф»**, в том числе материалам «Шумофф L2», «МиксФ», «Комфорт» и «Герметон», а также их производителю **ООО «Плеяда»**;
- призвана формировать и поддерживать интерес к объектам рекламирования, способствует их продвижению на рынке.

В соответствии с 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.

Согласно п.1 и п.2 ч.3 ст.5 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;
- о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В п.29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что 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. Поэтому реклама, не

сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной.

В рассматриваемой рекламе в отношении материала «Микс Ф» используется сравнительная характеристика «лучший материал для вибропоглощения» и «это безусловный лидер, несравнимый ни с одним другим материалом из ныне существующих». Также в рекламе в отношении всех материалов Шумофф употребляются сравнительные характеристики «имеют самый лучший, гарантированно устойчивый к любым воздействиям клеевой слой», «имеют более высокую эффективность при схожих с конкурентами характеристиках», «имеют более удобный размер». При этом имеющие объективное подтверждение критерии, по которым осуществляется сравнение, в рассматриваемой статье не приведены.

Заявителем в материалы дела представлены протоколы испытаний лаборатории вибро-акустических испытаний ООО «Автопластик» (аттестат аккредитации испытательной лаборатории №РОСС RU.0001.517140) №247/1, №247/2, №247/3, №247/4, №247/5, №247/6, №247/7, №294/3, №349/2, №349/3.

Так, согласно протоколам испытаний №247/2, №247/3, №247/4, №247/5, №247/6 от 22.07.2015 были проведены сравнительные испытания коэффициента механических потерь вибродемпфирующих самоклеящихся материалов «Шумофф М3», «Шумофф М4», «Шумофф Микс», «Шумофф Микс Ф» и «Шумофф Проф Ф». В результате указанных испытаний материалов заявленная в рассматриваемой рекламе информация о том, что мастичный слой Шумофф одинаково хорошо работает в любом диапазоне температур, не подтвердилась.

При этом в тексте статьи делается ссылка на опубликованную копию Протокола №8 от 22.04.2010, согласно которому испытания вибродемпфирующих материалов «Шумофф М2», «Шумофф М3» и «Шумофф М4» проводились при температуре воздуха - 18°. Вместе с тем, исследования лаборатории вибро-акустических испытаний ООО «Автопластик» проводились в диапазоне температур от -20°С до +60°С.

Согласно протоколу №247/7 от 27.05.2015 было проведено исследование по определению коэффициента звукопоглощения материалов «Шумофф Комфорт 10» и «Шумофф Герметон А15». В результате указанных испытаний материалов не подтвердилась заявленная в рассматриваемой рекламе информация о том, что их показатели шумопоглощения достигают 95%, т.к. максимальное звукопоглощение: - материала «Комфорт 10» составляет 60% на частоте 2500Гц; - материала «Герметон А15» составляет 81% на частоте 6300Гц.

Комиссия согласилась с доводом заявителя о том, что ряд формулировок в рассматриваемой рекламе направлены на формирование негативного отношения потребителей к конкурирующим производителям фибро-шумоизоляции. В отсутствие объективного подтверждения Комиссия считает некорректными употребленные в тексте рекламы следующих формулировок, заявленных как преимущества материалов Шумофф перед материалами конкурентов: низкая степень горючести, эффект само затухания, обеспечивающий повышенные характеристики всех вибропоглотителей выступающий рисунок тиснения, отсутствие в своём составе вредных для здоровья веществ и неприятного запаха,

а также утверждение о том, что большинство конкурирующих компаний используют в своих материалах асбест.

Вместе с тем, нельзя признать обоснованным довод заявителя о недостоверности заявленной в рекламе информация о том, что вибропоглотитель Шумофф L2 легче, чем M2 на 30% при сохранении тех же свойств. Представленный в качестве доказательства **протокол испытаний №247/1 от 27.05.2015 указанный довод не подтверждает.**

Согласно полученным Ивановским УФАС России сведениям правообладателем товарного знака «Шумофф» является ООО «Плеяда».

Рассматриваемая реклама размещалась на сайте в сети Интернет <http://shumoff77.ru/>.

Понятия «сайт в сети Интернет», «страница сайта в сети Интернет», «доменное имя», «владелец сайта в сети Интернет» приведены в п. 13, п. 14, п. 15, п. 17 ст. 2 Федерального закона [от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»](#) соответственно:

- сайт в сети Интернет - совокупность программ для электронных вычислительных машин и иной информации, содержащейся в информационной системе, доступ к которой обеспечивается посредством информационно-телекоммуникационной сети Интернет (далее – Интернет-сайт или сайт) по доменным именам и (или) по сетевым адресам, позволяющим идентифицировать сайты в сети Интернет;

- страница сайта в сети Интернет - часть сайта в сети Интернет, доступ к которой осуществляется по указателю, состоящему из доменного имени и символов, определенных владельцем сайта в сети Интернет;

- доменное имя - обозначение символами, предназначенное для адресации сайтов в сети Интернет в целях обеспечения доступа к информации, размещенной в сети Интернет;

- владелец сайта в сети Интернет - лицо, самостоятельно и по своему усмотрению определяющее порядок использования сайта в сети Интернет, в том числе порядок размещения информации на таком сайте.

Администратором указанного доменного имени предоставлена информация о том, что владельцем Интернет-сайта <http://shumoff77.ru/> является <...>. Вместе с тем, в материалы дела представлены письменные пояснения (вх. №501 от 24.02.2016, вх. №519 от 25.02.2016) и копия договора о передаче права на управление сайтом от 01.01.2014, согласно которым генеральный директор ООО «Плеяда» <...> владел доменным именем как физическое лицо и свое право на доменное имя [«shumoff77.ru»](#) передал по договору физическому лицу <...>.

При рассмотрении дела участники заседания подтвердили, что изложенные ими доводы и пояснения в отношении рассматриваемой статьи «Сравнение материалов Шумофф с конкурентами» аналогичны тем, что были озвучены ими при рассмотрении дела № 02-35/2016-001 по факту размещения статьи «О компании» на том же Интернет-сайте <http://shumoff77.ru/>. Поэтому при рассмотрении дела Комиссия учла сведения, содержащиеся в протоколе заседания от 04.03.2016 по

делу №02-35/2016-001, возбужденному по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Протокол заседания).

Так, согласно Протоколу заседания представитель ООО «Плеяда» подтвердил письменные пояснения, дополнительно сообщил, что сайт для торговли продукцией ООО «Плеяда» на территории Москвы на указанном доменном имени был создан после его передачи <...>. При этом ни Обществу, ни <...>. не было известно содержание рассматриваемой статьи.

Согласно представленным в материалы дела сведениям дилерами ООО «Плеяда» на территории Москвы и Московской области являются ООО «Юнит» и ООО «АР-Эксперт». Генеральным директором ООО «АР-Эксперт» является <...>.

В своем ответе на запрос Ивановского УФАС России (вх. №4129 от 17.11.2015) ООО «Юнит» указало, что сайт <http://shumoff77.ru/> находится под управлением Общества, а целью опубликованной статьи была не реклама товаров, а продвижение сайта. Также ООО «Юнит» представило в материалы дела копию договора №FR-000316-01062015-00 от 01.06.2015, заключенного между ООО «АР-Эксперт» и ООО «Трилан», предметом которого является продвижение Интернет-сайта <http://shumoff77.ru/> на первые страницы русскоязычных поисковых систем по выбранному списку поисковых запросов.

Согласно пояснениям ООО «Юнит» (вх. №4129 от 17.11.2015), созданием текста рассматриваемой статьи и их распространением занималось ООО «Трилан». Однако согласно п.2.9 указанного договора ООО «Трилан» размещает какую-либо информацию на сайте только после согласования с заказчиком ООО «АР-Эксперт». К тому же в материалы дела не представлены какие-либо доказательства согласования Обществом текста рассматриваемой статьи. При этом согласно Протоколу осмотра доказательств от 15.04.2015 рассматриваемая статья «Сравнение материалов Шумофф с конкурентами» размещалась на Интернет-сайте <http://shumoff77.ru/> еще до заключения указанного договора между ООО «АР-Эксперт» и ООО «Трилан».

Письменные пояснения ООО «Юнит» (вх. №4129 от 17.11.2015) с приложением копий документов были направлены в Ивановское УФАС России с электронного адреса <...> - dilenart@gmail.com. Однако согласно Протоколу заседания на вопрос о достоверности изложенных в пояснениях ООО «Юнит» сведениях, которые были представлены участникам заседания на обозрение, <...> ответить не смог.

В письменных пояснениях ООО «АР-Эксперт» (вх. №560 от 29.02.2016) указано, что между ООО «АР-Эксперт» и ООО «Юнит» действует соглашение о совместной деятельности от 01.07.2015. Однако копия указанного соглашения либо иные сведения о порядке взаимодействия между ООО «Юнит» и ООО «АР-Эксперт» по продвижению на рынке торгового знака и продукции «Шумофф» (с приложением копий соответствующих договоров) в Ивановское УФАС России не были представлены.

К материалам дела также приобщено адресованное ООО «Стандартпласт» письмо ООО «АР-Эксперт» от 11.12.2015 о намерении заключить мировое соглашение по факту размещения рассматриваемой статьи, в котором гарантировалось удаление текста из сети Интернет и говорилось о готовности дать опровержение по конкретным фактам.

Согласно Протоколу заседания <...> об обстоятельствах размещения рассматриваемой рекламы пояснил, что право владения созданным на доменном имени [«shumoff77.ru»](http://shumoff77.ru) сайтом не передоверял, является рекламодателем рассматриваемой статьи, написал и разместил ее сам с учетом рекомендованных ООО «Трилан» ключевых слов.

Согласно Протоколу заседания Представитель ООО «АР-Эксперт» подтвердил пояснения <...>, в дополнение сообщил, что после обращения ООО «Стандартпласт» в Ивановское УФАС России рассматриваемая некорректная информация была удалена с сайта. Также представитель ООО «АР-Эксперт» пояснил, что рассматриваемая информация некорректна, т.к. <...> не были известны требования законодательства о рекламе в части употребления слова «лучший», не имея юридического образования, он включил предложенные ООО «Трилан» ключевые слова в статью.

Таким образом, владельцем Интернет-сайта [http://shumoff77.ru/](http://shumoff77.ru), самостоятельно и по своему усмотрению определяющим порядок размещения на нем информации, является <...>.

Вместе с тем, в материалы дела не представлены доказательства, опровергающие доводы заявления ООО «Стандартпласт».

В письменных пояснениях ООО «Плеяда» (вх. №501 от 24.02.2016) сообщило следующее: т.к. Общество не является рекламодателем рассматриваемой статьи, подобные исследования, подтверждающие либо опровергающие доводы заявителя, не проводились.

Согласно Протоколу заседания, представитель ООО «Плеяда» дополнительно пояснил, что на всю продукцию Общества имеются сертификаты качества, но выразил сомнения в том, что они имеют отношение к рассматриваемой статье.

Согласно Протоколу заседания Представитель ООО «АР-Эксперт» выразил намерение провести экспертизу товаров, но не смог пояснить - почему до сих пор она не была проведена.

Согласно Протоколу заседания <...> был задан вопрос о том, обладал ли он на момент написания и опубликования рассматриваемой статьи документами, которые подтверждали бы сделанные в ней выводы, или эти выводы были приведены голословно. <...> ответил, что никогда таких экспертиз не делал.

Таким образом, добросовестность, корректность и достоверность изложенной в рекламе информации в ходе рассмотрения дела не была подтверждена.

Вместе с тем, Согласно Протоколу заседания представитель ООО «АР-Эксперт», ссылаясь на Приказ ФАС России от 09.04.2007 №105 «Об утверждении Регламента Федеральной антимонопольной службы» (далее - Регламент ФАС России), потребовал рассмотрение дела прекратить. Свою позицию аргументировал тем, что производство по настоящему делу было возбуждено незаконно в нарушении сроков, к тому же рассматриваемая некорректная информация была удалена с сайта до вынесения предписания УФАС, поэтому правонарушения не было. По мнению, представителя Общества, заседание Комиссии по заявлению ООО «Стандартпласт» должно было состояться не позднее чем через два месяца после

его поступления, т.к. законодатель подвел данный срок к установленному сроку привлечения к административной ответственности.

Комиссия считает данный довод представителя ООО «АР-Эксперт» необоснованным по следующим основаниям.

Правила рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утверждены Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 №508 (далее – Правила), поэтому ссылка представителя ООО «АР-Эксперт» на Регламент ФАС России некорректна.

Срок рассмотрения заявлений о нарушении Закона о рекламе согласно разъяснениям ФАС России от 31.12.2013 №АК/54470/13 не является пресекательным. Одновременно сроки привлечения к административной ответственности, установленные Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), не учитываются при рассмотрении дел по признакам нарушения законодательства о рекламе.

Вместе с тем, в соответствии с п.27 Правил дело рассматривается антимонопольным органом в течение 1-го месяца со дня его возбуждения, этот срок может быть продлен не более чем на 2 месяца. Дело № 02-35/2016-002 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе было возбуждено 27.01.2016, определением от 25.02.2016 срок рассмотрения дела был продлен до 27.04.2016.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 36 – 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу под заголовком «Сравнение материалов Шумофф с конкурентами», размещенную на Интернет-сайте <http://shumoff77.ru/>, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п.1 ч.2 и п.1, п.2 ч.3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание об устранении выявленных нарушений Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ивановского УФАС России для решения вопроса в соответствии со ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 18 марта 2016 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

<...>