

РЕШЕНИЕ

26 мая 2010г.

г. Самара

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

Председатель Комиссии - <...>
Члены Комиссии - <...>
<...>
<...>
<...>

>

рассмотрев дело № 5606-10/8 по признакам нарушения ИП Л.А.П. (446026, Самарская область, г. Сызрань, ул. Володарского, 62А; ИНН 632500890128) пункту 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе», в присутствии представителей:

заявитель – ООО «фирма Такт» (446001, Самарская область, г. Сызрань, пер. Пролетарский, д. 39) — уведомлен надлежащим образом, не явился;

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ИП Л.А.П. (446026, Самарская область, г. Сызрань, ул. Володарского, 62А; ИНН 632500890128), (представитель по доверенности № 21 от 02.04.2010г. - <...>)

заинтересованное лицо – _____

эксперта – _____

переводчика – _____

УСТАНОВИЛА:

В адрес Самарского УФАС России поступило заявление ООО «фирма Такт» (вх. 2090 от 12.03.2010г.) следующего содержания: «ИП Л.А.П. В феврале-марте 2010г., как рекламодателем была дана реклама на радио Хит-FM(94,2) и радио Максимум (96,4) в г. Сызрани с использованием слов: «МИРРО... ГЛАВНЫЕ ПО КАРТРИДЖАМ И РЕМОНТУ ОРГТЕХНИКИ», что является недостоверной информацией, а использование превосходных сравнительных форм, а именно «ГЛАВНЫЙ», является нарушением законодательства».

Заявитель считает, что сочетание в рекламе слов «Мирро...главные по картриджам и ремонту оргтехники» предполагает, что рекламируемые таким способом услуги превосходят аналогичные услуги оказываемыми иными организациями при отсутствии каких-либо подтверждающих данную информацию доказательств. Кроме того, данное словосочетание предполагает, что:

1. ни одно другое предприятие города не может оказать подобных услуг с точки зрения качества и сроков их оказания;

2. рекламодатель является самой востребованной организацией, оказывающей подобные услуги среди всех потребителей города;

3. рекламодатель якобы наделен властными полномочиями по отношению к другим организациям, занимающимся подобной деятельностью.

Факт распространения указанной рекламы подтверждается соответствующими документами и материалами.

Таким образом, указанная реклама содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

ИП Л.А.П. является рекламодателем на радио Хит-FM(94,2) и радио Максимум (96,4) указанной рекламы, то есть лицом, определившим содержание рекламы что подтверждается следующими обстоятельствами:

1) договором №89/09 от 01.07.2009г., заключенным между ИП Л.А.П. и ООО «ВидеоИнтерРос», согласно которому ИП Л.А.П. (Заказчик) поручает, а ООО «ВидеоИнтерРос» (Исполнитель) принимает на себя работы по рекламно-информационному обслуживанию Заказчика; актом выполненных работ № 00000066 от 15.12.2009г.;

2) аудиороликом указанной рекламы, распространенной ИП Л.А.П. в на радио Хит-FM(94,2) и радио Максимум (96,4);

3) графиком размещения указанной рекламы, распространенной ИП Л.А.П. на радио Хит-FM(94,2) и радио Максимум (96,4) с 16 ноября по 15 декабря 2009г., с 02 февраля по 09 февраля 2010г., с 15 февраля по 21 февраля 2010г.;

ИП Л.А.П. в письменных объяснениях (исх. 6 от 08.04.2010г. вх. 3450 от 12.04.2010г.) указал следующее:

- Согласно свидетельству о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя № 004579303 от 20.07.2007г. ИП Л.А.П. ведет предпринимательскую деятельность на территории городского округа Сызрань. Одним из направлений деятельности является заправка картриджей и ремонт оргтехники. Данное направление было запущено в мае 2008г. В 2009г. было заключено более 50 договоров на ремонт, обслуживание оргтехники, заправку картриджей с крупными, и малыми предприятиями.

- Полный текст рекламного ролика: «Заправить картридж, за час, под завязку, с гарантией и всего за 275 рублей — можно в сервисном центре компании Мирро. Каждому клиенту дисконтная карта в подарок. Володарского, 62А, 98-00-23. Мирро,... - главные по картриджам и ремонту оргтехники.

- В тексте данной рекламы было осуществлено позиционирование компании ИП Л.А.П. в один ряд с основными поставщиками подобных услуг в данном регионе. Размещение данного ролика осуществлялось на основании договора № 89/09 от 01.07.2009г. с компанией ООО «ВидеоИнтерРос» на радио ХИТ FM(94.2) в г. Сызрани.

- Ответчик считает, что слово «главные» не означает «лучший», главнейший, единственный в своем роде, исключительный. Также слово «главные» не означает «первые».

- Ответчик считает, что в данной рекламе слово «главные» не было использовано ни в сравнительной, ни в превосходной степени. Употребляя в рекламе слово «главные» ИП Л.А.П. следовал принципам: бесплатная доставка картриджей для постоянных клиентов и доставка за 15 рублей за картридж (от двух штук) в любой район города для всех остальных; услуга «горячая замена». Предоставляется бесплатно; отличное состояние печатающих устройств при заправке профессиональными тонерами; специальная упаковка картриджей; - приемлемая цена — 275 рублей (подтверждено прейскурантом цен); - качество печати. Кроме того, заправка картриджа в Сервисном центре «Мирро» осуществляется в течении часа, каждому клиенту предоставляется дисконтная карта сервисного центра.

Ответчик представил лингвистическое исследование словесной конструкции «Мирро, ... - главные по картриджам и ремонту оргтехники», согласно которому слово «главный» означает основной. -

Как установлено материалами дела, в городе Сызрань существуют еще поставщики подобной услуги, которыми являются компании: ООО «фирма Такт», ООО «Ультрамарин».

Как следует из письменных объяснениях ИП Л.А.П., целью данной рекламы было осуществление позиционирования своей компании в один ряд с основными поставщиками подобных услуг в данном регионе.

Таким образом, ИП Л.А.П. неправомерно выделил себя в качестве «главных» наряду с основными поставщиками подобных услуг.

В рекламе с использованием слов: «МИРРО... ГЛАВНЫЕ ПО КАРТРИДЖАМ И РЕМОНТУ ОРГТЕХНИКИ», распространенной ИП Л.А.П. на радио Хит-FM(94,2) и радио Максимум (96,4) не был указан территориальный признак, т.е. ИП Л.А.П. в своем рекламном ролике не указал «главные» где? (Самаре, Сызрани и т.д.).

Также в тексте рекламы ИП Л.А.П. «МИРРО...ГЛАВНЫЕ ПО КАРТРИДЖАМ И РЕМОНТУ ОРГТЕХНИКИ» не определен функциональный признак: «главные» по чему? (по заправке, продаже картриджей и каких картриджей).

Неопределенным кругом лиц реклама воспринимается целиком. В данном случае слово «главные» было указано некорректно, так как у ИП Л.А.П. основное положение на рынке оказания услуг по заправке картриджей и ремонту оргтехники документально не подтверждено.

Согласно пунктов 1 и 20 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; об изготовителе ли о продавце товара.

По смыслу указанной нормы не допускаются любые недостоверные сравнительные характеристики относительно любых свойств товаров.

В процессе рассмотрения дела комиссией Самарского УФАС России было изучено лексическое значение слова «преимущество».

В соответствии с Большим толковым словарем русского языка: Под ред. С.А. Кузнецова. Сп-б. «НОРИНТ», 1998.

«**преимущество**» — качество, свойство, выгодно отличающее кого-, что-л., от других; перевес, превосходство над кем-л., чем-л.;

«**главный**» — главнейший. Самый важный, основной, центральный; итог, результат, вывод; подчеркивает важность, особую сущность.

Таким образом, под преимуществом следует понимать превосходство качества рекламируемого товара или оказываемой услуги по каким-либо характеристикам над качеством аналогичного товара или услуги иного/иных производителей. Наличие таких качеств, как правило, обеспечивает предпочтение к товару/услуге потребителей. Заявлением о преимуществах являются в том числе формулировки, содержащие прилагательные в превосходной степени: «самый», «только», «лучший», «абсолютный», «единственный», «главный» и им подобные, не подтвержденные документально.

Согласно письменным объяснениям (исх. 6 от 08.04.2010г. вх. 3450 от 12.04.2010г.) ИП Л.А.П. заправка картриджа в Сервисном центре «Мирро» осуществляется в течении часа, каждому клиенту предоставляется дисконтная карта сервисного центра. Довод заявителя о том, что ни одно другое предприятие города не может оказать подобных услуг с точки зрения качества и сроков их оказания не был подтвержден документально.

Таким образом, реклама ИП Л.А.П. содержит нарушения пунктов 1, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ.

Указанная реклама ИП Л.А.П. распространялась в ноябре, декабре 2009г. и феврале 2010г. В настоящее время данная реклама ИП Л.А.П. не распространяется. Таким образом, ответчик добровольно прекратил нарушение законодательства о рекламе.

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:

1. Признать рекламу ИП Л.А.П., распространенной в ноябре-декабре 2009г. и феврале 2010г. на радио Хит-FM(94,2) и радио Максимум (96,4) ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пунктов 1, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ. 2. Предписание ИП Л.А.П. о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать в связи с устранением нарушения.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Самарского УФАС России <...> для приобщения к материалам дела об административном правонарушении № 271-5606-10/8, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Резолютивная часть решения оглашена 18 мая 2010г.

Решение изготовлено в полном объеме 26 мая 2010 года.

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