

ООО «Первая Национальная
Рыболовная Компания»

125315, г. Москва,
2-й Амбулаторный пр-д,
10 А, стр. 1

ООО «Медиа Группа «Абарил»

634507, Томская обл,
Томский р-н, Зональная станция,
Совхозная ул, 6, а, 4

ООО «Эрфлог»

634507, Томская обл,
Томский р-н, Зональная станция,
Совхозная ул, 6, а, 4

ООО «Псков-Полимер»

180004, г. Псков,
ул. Железнодорожная, д. 60

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «10» июня 2014 года.
В полном объеме решение изготовлено «20» июня 2014 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 –(____),
членов Комиссии –(____), (____), (____),

рассмотрев материалы дела № 3-5-35/77-14 в отношении ООО «Первая Национальная Рыболовная Компания» (125315, г. Москва, 2-й Амбулаторный пр-д, 10 А, стр. 1) по факту распространения в газете «Охотник и рыболов. Газета для души» №10(53) октябрь 2013, рекламы, содержащей утверждение «Самые теплые сапоги в мире», с признаками нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившимися в распространении рекламы, которая содержит

некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами,
в отсутствие представителя ООО «Первая Национальная Рыболовная Компания» (уведомлено надлежащим образом),
в отсутствие представителя ООО «Медиа Группа «Абарил» (уведомлено надлежащим образом),
в отсутствие представителя ООО «Эрфлог» (уведомлено надлежащим образом),
в присутствии представителя ООО «Псков-Полимер» (_____) (доверенность № 90 от 23.04.2014),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-35/77-14 возбуждено в отношении ООО «Первая Национальная Рыболовная Компания» на основании поступившего из Томского УФАС России обращения ООО «Псков-Полимер», (вх. № 43521 от 30.12.2013) по факту распространения в газете «Охотник и рыболов. Газета для души» №10(53) октябрь 2013, рекламы, содержащей утверждение «Самые теплые сапоги в мире».

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителя ООО «Псков-Полимер», оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ООО «Первая Национальная Рыболовная Компания» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным регистрационным номером 1107746718892, ИНН 7743791919, КПП 774301001.

ООО «Псков-Полимер» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным регистрационным номером 1026000958257, ИНН 6027042256, КПП 602701001.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является 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.

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

Рассматриваемая информация содержит крупное графическое изображение и подробную характеристику сапог Vermont 877 EVA, реализуемых ООО «Первая

Национальная Рыболовная Компания», а также сведения о ООО «Первая Национальная Рыболовная Компания» (номер телефона, адрес местонахождения, адрес электронной почты, адрес сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»). Указанная информация направлена на привлечение внимания потребителей к ООО «Первая Национальная Рыболовная Компания» и реализуемому им товару - сапог Vermont 877 EVA.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что газета «Охотник и рыболов. Газета для души» №10(53) октябрь 2013 является общедоступной для неопределенного круга лиц-потребителей рекламы, в том числе, распространяется в свободном доступе в киосках прессы, охотничьих и рыболовных магазинах, по подписке в отделениях почты.

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.

Таким образом, рассматриваемая информация, отвечает всем требованиям рекламы: направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, распространена в информационно - рекламном издании и адресована неопределенному кругу лиц.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России рассматриваемая информация, содержащая утверждение «Самые теплые сапоги в мире», размещенная в газете «Охотник и рыболов. Газета для души» №10(53) октябрь 2013, признана рекламой.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара, либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Исходя из материалов дела, рассматриваемая реклама распространялась на основании Договора № 30-08/215-2013/ДРУ от 30.08.2013 (далее — Договор), заключенного между ООО «Первая Национальная Рыболовная Компания» и ООО «Эрфлог».

Согласно пункту 1.1. Договора, ООО «Первая Национальная Рыболовная Компания» поручает, а ООО «Эрфлог» принимает на себя обязательства по размещению материалов ООО «Первая Национальная Рыболовная компания» в газете «Охотник и рыболов. Газета для души» №10(53) октябрь 2013 г.

Согласно пункту 2.3. Договора за содержание, фото и текстовую часть информационных и рекламных материалов ООО «Эрфлог» ответственность не несет.

Согласно пункту 3.4. Договора ООО «Первая Национальная Рыболовная Компания» несёт ответственность за достоверность поданой информации, а также за ее соответствие действующему законодательству.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России установлено, что лицом, определившим объект рекламирования, содержание рассматриваемой рекламы, а равно признающим ее рекламодателем, является ООО «Первая Национальная Рыболовная Компания».

В соответствии 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.

К некорректным сравнениям следует относить сравнения, содержание которых составляют ошибочные, основанные на неправильном расчете, исходящие из неверных предпосылок, неправильные, не соответствующие правилам корректности и требованиям, предъявляемым к достоверности, сведения о товарах.

Приведенное в рекламе сравнение должно быть корректным, правильным, а сравниваемые параметры должны быть сопоставимыми.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что спорная реклама, размещенная в газете «Охотник и рыболов. Газета для души» №10(53) октябрь 2013 г. не содержит прямого сравнения с конкретными товарами находящимися в обороте, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами. Между тем, используемое в рекламе утверждение «Самые теплые сапоги в мире» позволяет сделать вывод о том, что в рассматриваемом случае сравнение производится со всеми другими представленными на данном рынке однородными товарами.

Рассматриваемая реклама содержит конкретный критерий - «теплота», по которому возможно осуществить сравнение однородных товаров и который может быть подтвержден или опровергнут объективными данными.

Таким образом, приведенное в спорной рекламе сапог сравнение по своей форме корректно, а сравниваемые параметры сопоставимы и могут быть объективно проверены.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России факта нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, при распространении рассматриваемой рекламы, не установлено.

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.

В соответствии с пунктом 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 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. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

В спорной рекламе указано, что сапоги Vermont 877 EVA являются самыми теплыми сапогами в мире. Подобное суждение прямо указывает на превосходство рекламируемого товара среди других однородных товаров по критерию «теплота».

В рассматриваемом случае сравнение производится со всеми другими однородными товарами производимыми как в Российской Федерации, так и в любой из зарубежных стран, где реализуются сходные товары, без ограничения по географическому признаку.

Документы, подтверждающие проведение сравнительных исследований рекламируемых сапог с аналогичными сапогами, производимыми иными хозяйствующими субъектами, в материалах дела отсутствуют.

Каких либо иных документов, свидетельствующих о достоверности указанного утверждения, ООО «Первая Национальная Рыболовная Компания» не представило.

Таким образом, в распространенной ООО «Первая Национальная Рыболовная Компания» рекламе были использованы не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара, а именно использовано утверждение «Самые теплые сапоги в мире» в превосходной степени при отсутствии на то документального подтверждения.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО «Первая Национальная Рыболовная Компания» при распространении газеты «Охотник и рыболов. Газета для души» №10(53) октябрь 2013, установлено нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама сапог Vermont 877 EVA распространенная в газеты «Охотник и рыболов. Газета для души» №10(53) октябрь 2013 является ненадлежащей.

Согласно представленным в материалы дела документам, «Охотник и рыболов. Газета для души» является ежемесячным изданием. В соответствии с пунктом 1.1. Договора, ООО «Первая Национальная Рыболовная Компания» поручает, а ООО «Эрфлог» принимает на себя обязательства по размещению материалов ООО «Первая Национальная Рыболовная Компания» в газете «Охотник и рыболов. Газета для души» №10(53) октябрь 2013 г.

Таким образом, распространение рекламы в настоящее время не осуществляется.

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.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи ООО «Первая Национальная Рыболовная Компания» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «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 сапог Vermont 877 EVA, в которой используется утверждение «Самые теплые сапоги в мире», распространенную ООО «Первая Национальная Рыболовная Компания» в газете «Охотник и рыболов. Газета для души» №10(53) октябрь 2013, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Не выдавать ООО «Первая Национальная Рыболовная Компания» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в связи с истечением сроков привлечения к административной ответственности.

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

Председатель Комиссии ()

Члены Комиссии ()

()

()