

ответчик: ООО «ЛИДЕРГРУП»

ул. Учинская, д. 20 А,
г. Пушкино,
Московская область, 141205

заинтересованное лицо:

ООО «ЯНДЕКС»

ул. Льва Толстого, д. 16
г. Москва, 119021

заявитель: ООО «ГенВик»

пер. Ульяны Громовой, д. 8, оф. 2
г. Санкт-Петербург, 191036

адвокату <..>

<..>

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 08-21/52-14

«02» октября 2014 года

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: Муравьев С.Е. — заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее – Управление);

Члены Комиссии: Стрельников Д.Ю. — начальник отдела контроля за рекламной деятельностью Управления;
Жукова Е.А. — главный специалист-эксперт отдела контроля за рекламной деятельностью Управления,

рассмотрев дело № 08-21/52-14 по факту распространения в поисковой системе «Яндекс», рекламы следующего содержания: «Генвик – не потолки. Главпотолки! / glavpotolki.ru / ГлавПотолки-натяжные потолки от 100р/м2. Бесплатный мастер. Отзывы. Жми! / пн-вс 9:00-23:00 / +7 (495)646-16-85 / glavpotolki.ru / м. Шаболовская» с признаками нарушения пунктов 1 и 2 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), в присутствии представителя заявителя:

- ООО «ГенВик» (место нахождения: 191036, г. Санкт-Петербург, пер. Ульяны Громовой, д. 8, оф. 2);
ООО «ЛИДЕРГРУП» (место нахождения: 141205, Московская область, г. Пушкино, ул. Учинская, д. 20 А) и ООО «ЯНДЕКС» (место нахождения: 119021, г. Москва, ул. Льва Толстого, д. 16) извещены, не явились,

УСТАНОВИЛА:

В Московское областное УФАС России поступило обращение ООО «ГенВик» по факту распространения в поисковой системе «Яндекс», рекламы следующего содержания: *«Генвик – не потолки. Главпотолки! / glavpotolki.ru / ГлавПотолки-натяжные потолки от 100р/м2. Бесплатный мастер. Отзывы. Жми! / пн-вс 9:00-23:00 / +7 (495)646-16-85 / glavpotolk.ru / м. Шаболовская»* с признаками нарушения пунктов 1 и 2 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, содержащей некорректное сравнение рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, порочащей честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента.

Согласно позиции заявителя, использованная в рассматриваемой рекламе фраза *«Генвик – не потолки. Главпотолки!»* является некорректным сравнением натяжных потолков, изготовителями которых являются ООО «ГенВик» и ООО «ЛИДЕРГРУП». Также, по мнению заявителя, указанная в рекламе информация порочит деловую репутацию ООО «ГенВик».

Согласно письменным пояснениям ООО «ЯНДЕКС», рассматриваемая реклама распространялась в период с 16.05.2014 по 09.09.2014. Заключение договора на размещение рекламы осуществлялось посредством акцепта оферты на оказание услуг Яндекс.Директ, размещенной в открытом доступе в сети Интернет.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия установила следующее.

Указанная реклама направлена на привлечение внимания к компании «Главпотолки», оказываемым ей услугам, производимым товарам, и на их продвижение на рынке.

В ходе рассмотрения дела установлено, что коммерческое обозначение «Главпотолки» является средством индивидуализации ООО «ЛИДЕРГРУП».

Также Комиссией установлено, что ООО «ГенВик» и ООО «ЛИДЕРГРУП» осуществляют деятельность по производству натяжных потолков и являются конкурентами.

Рассматриваемая реклама размещалась в сети Интернет в поисковой системе Яндекс на странице, отображающей результаты по запросам «генвик» или «genvik» непосредственно над ссылкой на официальный сайт ООО «ГенВик».

Использование в рекламе фраз *«Генвик – не потолки. Главпотолки! / ГлавПотолки-натяжные потолки от 100р/м2.»* является сравнением товаров

производимых ООО «ГенВик» и ООО «ЛИДЕРГРУП» и указывает на преимущества товаров, производимых ООО «ЛИДЕРГРУП». При этом, каких либо критериев такого сравнения в рекламе не содержится, что создает впечатление, что товар, производимый ООО «ЛИДЕРГРУП», превосходит аналогичный товар, производимый ООО «ГенВик» по всем возможным показателям.

В ходе рассмотрения дела документы, подтверждающие корректность использованного в рассматриваемой рекламе сравнения, не представлены.

Согласно части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

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.

Таким образом, использованное в рассматриваемой рекламе сравнение товаров производимых ООО «ГенВик» и ООО «ЛИДЕРГРУП» не соответствует требованиям пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе.

Использование в рекламе антитезы (противопоставления) «*Генвик – не потолки. Главпотолки!*» в совокупности с её размещением непосредственно над ссылкой на официальный сайт ООО «ГенВик» направлено на формирование негативного отношения к ООО «ГенВик» и его продукции, указывает на недобросовестность при осуществлении заявителем хозяйственной деятельности.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента.

Согласно пункту 7 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.02.2005 № 3 к порочащим сведениям, в частности, относятся сведения, содержащие утверждения о нарушении гражданином или юридическим лицом действующего законодательства, совершении нечестного поступка, неправильном, неэтичном поведении в личной, общественной или политической жизни, недобросовестности при осуществлении производственно-хозяйственной и предпринимательской деятельности, нарушении деловой этики или обычаев делового оборота, которые умаляют честь и достоинство гражданина или деловую репутацию гражданина либо юридического лица.

В ходе рассмотрения дела каких-либо документов, подтверждающих достоверность и обоснованность использования в рассматриваемой рекламе фразы «*Генвик – не потолки. Главпотолки!*» не представлено.

Таким образом, рассматриваемая реклама не соответствует требованиям пункта 2 части 2 статьи 5 Закона о рекламе.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения пунктов 1 и 2 части 2 статьи 5 Закона о рекламе при распространении указанной рекламы.

Руководствуясь частью 2 пункта 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

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу ненадлежащей, не соответствующей требованиям пунктов 1 и 2 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

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

3. Выдать ООО «ЯНДЕКС» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «14» октября 2014 г.

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

Председатель Комиссии

С.Е. Муравьев

Члены Комиссии

Д.Ю. Стрельников

Е.А. Жукова