

ответчики: КБ «Локо-Банк» (АО)
Ответчик: ООО «СтройМонтаж»

ул. Жуковского, д. 6
г. Красногорск,
Московская область, 143402

Заинтересованное лицо:
ООО «Игроник Аутдор»

ул. Промышленная, д. 1
с. Петрово-Дальнее,
Красногорский район,
Московская область, 143422

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 08-21/77-15

«04» декабря 2015 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: Стрельников Д.Ю. — заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее – Управление);

Члены Комиссии: Жукова Е.А. — начальник отдела контроля за рекламной деятельностью Управления;
Газиева М.М. — ведущий специалист-эксперт отдела контроля за рекламной деятельностью Управления,

рассмотрев дело № 08-21/77-15 по факту распространения по адресу: Московская область, Петрово-Дальнее-Нахабино а/д, 02.050 км. рекламы следующего содержания: «СТРОЙ МОНТАЖ / Бетонный завод / Качество Пунктуальность и Надежность / + 7 (495)960-8-960 / www.smbeton.ru / №1 БЕТОН» с признаками нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), в отсутствие лиц, участвующих в деле,

УСТАНОВИЛА:

Московским областным УФАС России установлен факт распространения по адресу: Московская область, Петрово-Дальнее-Нахабино

а/д, 02.050 км. рекламы следующего содержания: «СТРОЙ МОНТАЖ / Бетонный завод / Качество Пунктуальность и Надежность / + 7 (495)960-8-960 / www.smbeton.ru / №1 БЕТОН» с признаками нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, выразившимися в распространении рекламы, содержащей некорректное сравнение рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами.

В соответствии с пояснениями ООО «СтройМонтаж», фраза «№1 БЕТОН» подразумевает, что общество обладает самой крупной производственной базой в районе своей деятельности по сравнению с другими организациями.

Согласно позиции ООО «Игроник Аутдор» рассматриваемая реклама была размещена в соответствии с договором от 19.12.2014 № 129/4-2014 и на этапе согласования рекламного макета ООО «Игроник Аутдор» уведомило ООО «СтройМонтаж» о возможном нарушении Закона о рекламе при использовании формулировки «№1 БЕТОН». В ответном письме представителем ООО «СтройМонтаж» было сообщено, что данная формулировка является маркетинговым ходом, который ООО «СтройМонтаж» давно использует.

Рассмотрев материалы дела и выслушав доводы лиц, участвующих в деле, Комиссия установила следующее.

Рассматриваемая реклама размещалась на рекламной конструкции по адресу: Московская область, Петрово-Дальнее-Нахабино, а/д 02.050 км.

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

Использование в рекламе фразы «№1 БЕТОН» является сравнением абсолютного характера, противопоставляющим товары, производимые ООО «СтройМонтаж» товарам конкурентов и указывает на преимущества товаров, производимых ООО «СтройМонтаж». При этом, каких либо критериев такого сравнения в рекламе не содержится, что создает впечатление, что товар, производимый ООО «СтройМонтаж», превосходит аналогичный товар, производимый конкурентами по всем возможным показателям.

Обоснованность такого сравнения должна быть подтверждена результатами конкурсов и соответствующих исследований.

В ходе рассмотрения дела документы, подтверждающие обоснованность 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 «СтройМонтаж» с товарами, производимыми конкурентами не соответствует требованиям пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения пункта 1 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 пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

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

3. 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 «04» декабря 2015 г.

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

Председатель Комиссии

Д.Ю. Стрельников

Члены Комиссии

Е.А. Жукова

М.М. Газиева