



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**РЕШЕНИЕ
по делу № 27**

Резолютивная часть Решения оглашена 16.03.2017

В полном объеме изготовлено 22.03.2017

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе (Приказ Свердловского УФАС России № 68 от 20 февраля 2017 г.) в составе:

председатель Комиссии:

- <...> – заместитель руководителя управления;

члены Комиссии:

- <...> – заместитель начальника отдела контроля за соблюдением законодательства о рекламе и недобросовестной конкуренцией;

- <...> – специалист-эксперт отдела контроля за соблюдением законодательства о рекламе и недобросовестной конкуренцией,

при участии:

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства – ООО «VIPСИЛИНГ» (ИНН 6658219667, 620034, Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. Халтурина, 43, А) - представитель <...> (директор Общества), <...> . (защитник).

в отсутствии:

заявитель – <...> (уведомлена),

рассматривая в рамках Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, далее – Правила рассмотрения дел), дело № 27, возбужденное по признакам нарушения рекламного законодательства по факту нарушения п.1 ч. 2 ст. 5 и п.1 ч. 3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 27, по признакам нарушения рекламного законодательства возбуждено в отношении ООО «VIPСИЛИНГ» Определением от 13.02.2017 (исх. № 1969) и назначено к рассмотрению на 16.03.2017.

При рассмотрении дела 09.02.2017 установлено:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило заявление <...> (вх.№01-20358 от 15.12.2016) с жалобой на распространение на легковом автомобиле с государственным регистрационным номером Т786ТХ 96RUS 22.11.2016 в г. Екатеринбурге около дома по пер. Базовому, 56 рекламы следующего содержания: «VIPСИЛИНГ №1 Натяжные потолки. (343) 222-00-69. Потолок на кухню с установкой 12 кв. м. 7020 р. www.vipceiling.ru».

Заявитель указывает на одновременное нарушение норм п.1 ч.2 ст.5 и п.1 ч.3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ (ред. от 05.12.2016, с изм. от 05.12.2016) «О рекламе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017) (далее – ФЗ «О рекламе»).

В рамках рассмотрения поступившего заявления с целью установления рекламодателя Управлением направлен запрос информации в адрес УГИБДД ГУ МВД России по Свердловской области (исх.№16934 от 23.1.2016).

25.01.2017 (вх.№01-1276) УГИБДД ГУ МВД России по Свердловской области проинформировало Управление о том, что по состоянию на 01.01.2017 владельцем транспортного средства с регистрационным знаком Т786ТХ 96RUS является ООО «ВИПСИЛИНГ» (ИНН 6658219667, 620034, Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. Халтурина,43,А). Таким образом, рекламодателем является ООО «ВИПСИЛИНГ» (ИНН 6658219667, 620034, Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. Халтурина,43,А).

ООО «ВИПСИЛИНГ» на письменном пояснении и на заседании Комиссии 16.03.2017 представителями сообщено следующее: Общество самостоятельно определило содержание рекламы на автомобиле Daewoo Matiz с государственным номером т786тх 96rus.

В соответствии с текущим макетом автомобиль был оклеен 01.04.2016 силами сотрудников ООО «ВИПСИЛИНГ». Период распространения рекламы: с 01.04.2016 – по настоящее время.

Как утверждает ООО «ВИПСИЛИНГ» автомобиль Daewoo Matiz с государственным номером т786тх 96rus - один из первых автомобилей Общества, поэтому одной из составных частей макета был выбран графический элемент «№1» на задних стойках автомобиля.

ООО «ВИПСИЛИНГ» отмечает, что графический элемент не имеет отношения ни к рекламируемому товару «натяжные потолки», ни к торговой марке «Випсилинг». Использование «№1» в макете объясняется только порядковым номером автомобиля во внутреннем автопарке ООО «ВИПСИЛИНГ». Это подтверждается способом нанесения графического элемента «№1» на автомобиль:

- использование цвета, отличного от надписей «Випсилинг» и «натяжные потолки»;
- использование другого шрифта;
- использование другого размера.

ООО «ВИПСИЛИНГ» считает, что данная реклама не может быть отнесена к недобросовестной, поскольку указанная Заявителем реклама следующего содержания «Випсилинг №1 натяжные потолки» на данном автомобиле не используется. Принадлежность графического элемента «№1» торговой марке «Випсилинг» (равно как и к «натяжным потолкам») определена Заявителем самостоятельно на основании внутренней субъективной оценки внешнего вида автомобиля.

Комиссия, рассмотрев материалы дела и заслушав мнения сторон, пришла к следующим выводам.

Целями Федерального Закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе») являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы (ст. 1 ФЗ «О рекламе»).

В соответствии с п.1 ст. 3 ФЗ «О рекламе» реклама - информация, распространенная 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 ч.1 ст.5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно ч. 2 ст. 5 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 (п.1).

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 (п.1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе»).

ФАС России в Письме от 30.09.2011 № АК/37027 «О рекламе оккультных услуг и недобросовестной рекламе» дала следующее разъяснение по применению норм п.1 ч.2 ст. 5 и п.1 ч.3 ст.5 ФЗ «О рекламе»:

П. 1 ч. 2 ст. 5 ФЗ «О рекламе» запрещает приведение в рекламе некорректного сравнения. При этом, необходимо заметить, что сравнение как таковое в рекламе не запрещается. Однако приводимое в рекламе сравнение должно соответствовать закону.

К некорректному сравнению могут быть отнесены случаи, когда делается вывод о сходстве товаров либо превосходстве одного товара над другим, однако конкретные характеристики сравниваемых товаров не указываются. При этом в рекламе может приводиться как сравнение рекламируемого товара с конкретным другим товаром, так и сравнение рекламируемого товара со всеми иными товарами (без указания конкретного товара, с которым производится сравнение) - например, путем использования слов «самый лучший», «№1».

В отсутствие указания критерия такого сравнения создается впечатление, что рекламируемый товар обладает заявленным преимуществом по всем критериям. Однако, данный вывод достоверен только в отношении одного или нескольких критериев, однако не всех (в случае если заявленное преимущество недостоверно ни по одному из критериев, такая реклама должна признаваться недостоверной - в соответствии с ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе»).

Сравнение предполагает такую подачу информации, в которой сопоставляются два и более явления, исследуются их параметры, сходство или различие. Применительно к сравнению товаров это может осуществляться как путем прямого сопоставления конкретных характеристик, свойств, параметров изделий, так и уподобления одного изделия другому либо указанием на их различность.

К некорректному сравнению должно относиться такое, которое противопоставляется корректному. В толковом словаре термин «корректный» определяется как «вежливый, тактичный, учтивый», а также «правильный, точный». Соответственно для целей определения понятия некорректного сравнения необходимо понимать неточное, неправильное сравнение. При этом приводимые в таком сравнении сведения являются в принципе достоверными, однако их компоновка или выбор создают определенную несовместимость.

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 (Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»).

Материалами дела установлено, что в г. Екатеринбурге с 01.04.2017 по 16.03. 2017 на легковом автомобиле с государственным регистрационным номером Т786ТХ 96RUS распространялась реклама следующего содержания: *«ВИПСИЛИНГ №1 Натяжные потолки. (343) 222-00-69. Потолок на кухню с установкой 12 кв. м. 7020 р. www.vipceiling.ru»*.

Комиссия признает рекламу, размещенную на борту транспортного средства, с текстом: *«ВИПСИЛИНГ №1 Натяжные потолки. (343) 222-00-69. Потолок на кухню с установкой 12 кв. м. 7020 р. www.vipceiling.ru»* недобросовестной, так как она содержит некорректное сравнение рекламируемого товара (натяжные потолки) с находящимися в обороте товарами, реализуемые другими компаниями. Также реклама не подтверждается объективными критериями, по которым осуществляется сравнение натяжных потолков компании «Випселинг» с аналогичными товарами других марок.

Согласно п. 1 ч. 2 ст. 5 ФЗ «О рекламе» реклама, содержащая некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, признается недобросовестной.

В соответствии с Постановлением Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами федерального закона «О рекламе», использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

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 (п. 1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе»).

Ответственность за нарушение требований, предусмотренных ч. 2 и ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе» несет, рекламодатель (ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе»).

Под рекламодателем, в п. 5 ст. 3 ФЗ «О рекламе», понимается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем данной рекламы является ООО «ВИПСИЛИНГ» (ИНН 6658219667, 620034, Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. Халтурина, 43 А).

За нарушение рекламного законодательства ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

Согласно п. 43 Правил рассмотрения дел дата изготовления решения в полном объеме считается датой принятия решения.

В резолютивной части решения Комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу антимонопольного органа для рассмотрения дела об административном правонарушении по ст. 14.3 КоАП РФ.

Согласно п. 1 ч. 1 ст. 28.1 КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

В соответствии с п. 1 ст. 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого возбуждено производство по делу об административных правонарушениях, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять

ходатайства, отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с КоАП РФ.

На основании изложенного, руководствуясь ст. ст. 33 – 36 ФЗ «О рекламе», в соответствии с п. 37 – 43 Правил рассмотрения дел, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «*«ВИПСИЛИНГ №1 Натяжные потолки. (343) 222-00-69. Потолок на кухню с установкой 12 кв. м. 7020 р. www.vipceiling.ru»*», размещенную на кузове легкового автомобиля с 01.04.2017 по 16.03.2017 с государственным регистрационным номером Т786ТХ 96RUS ненадлежащей, содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, поскольку в ней нарушено требования п. 1 ч. 2 и п. 1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «ВИПСИЛИНГ» предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

3. Законному представителю ООО «ВИПСИЛИНГ» ОГРН 1056602857244 (адрес: 620034, Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. Халтурина, 43, А) (*ст. 25.4 КоАП РФ – законными представителями юридического лица в соответствии с настоящим Кодексом являются его руководитель, а также иное лицо, признанное в соответствии с законом или учредительными документами органом юридического лица. Полномочия законного представителя юридического лица подтверждаются документами, удостоверяющими его служебное положение*) надлежит **явиться** в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 318) **12.04.2017 в 10 час. 00 мин.** для составления протокола об административном правонарушении по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность.

4. Директору ООО «ВИПСИЛИНГ» Зимненко Евгению Викторовичу надлежит **явиться** в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 318) **12.04.2017 в 10 час. 30 мин.** для составления протокола об административном правонарушении по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность.

Председатель комиссии <...>

Члены комиссии <...>

<...>

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