

ООО «Инфлайт Интертеймент Групп»

Орликов пер., д. 5, стр. 2, пом. 1,
комн. 123А,
г. Москва, 107078

4-й Добрынинский пер., д. 8,
эт. 6, оф. Д06,
г. Москва, 119049

ООО «Алькор и Ко»

Ленинский пр-т, д. 72/2,
г. Москва, 119261

Симферопольский бул., д. 28, стр. 2,
г. Москва, 117452

inform@letu.ru

РЕШЕНИЕ

по делу № 3-5-260/77-18

«21» ноября 2018 года

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии: <...>,

членов Комиссии: <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3-5-260/77-18, возбужденное в отношении ООО «Алькор и Ко» (ОГРН 1027739498324; ИНН 7729265128) по факту распространения рекламы «За самыми модными make-up брендами Лети в Л'Этуаль!», размещенной на стр. 89 журнала «АЭРОФЛОТ» в августе 2018 года, с признаками нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы, содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами,

в отсутствие представителей ООО «Инфлайт Интертеймент Групп», ООО «Алькор и Ко» (уведомлены надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-260/77-18 возбуждено в отношении ООО «Алькор и Ко» по факту распространения рекламы «За самыми модными make-up брендами Лети в Л'Этуаль!», размещенной на стр. 89 журнала «АЭРОФЛОТ» в августе 2018 года.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ООО «Алькор и Ко» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 04.11.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739498324, ИНН 7729265128, КПП 774901001.

ООО «Инфлайт Интертеймент Групп» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 10.07.2008 за основным государственным регистрационным номером 1087746829829, ИНН 7705849678, КПП 770801001.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается 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.

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.

Реклама размещалась в журнале «АЭРОФЛОТ». Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории его распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

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

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В настоящем случае, объектом рекламирования является магазин парфюмерии, косметики и аксессуаров «Л'Этуаль».

На основании изложенного, спорная информация является рекламой. Данный факт участниками дела не оспаривается.

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

Присутствие в спорной рекламе выражения «За самыми модными make-up брендами Лети в Л'Этуаль!» указывает на наличие признаков нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в рекламе, содержащей некорректные сравнения деятельности, осуществляемой ООО «Алькор и Ко» с деятельностью, осуществляемой иными магазинами парфюмерии, косметики и аксессуаров.

Согласно пункту 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее — Постановление), при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы, необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Согласно пункту 9 Постановления, необходимо учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускается сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

Исходя из указанной позиции, а также статьи 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», письма ФАС России от 24.12.2015 № ИА/74666/15, под некорректным сравнением следует понимать сравнение хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе:

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов «лучший», «первый», «номер один», «самый», «только», «единственный», иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие

указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными;

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в котором отсутствует указание конкретных сравниваемых характеристик или параметров либо результаты сравнения не могут быть объективно проверены;

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, основанное исключительно на незначительных или несопоставимых фактах и содержащее негативную оценку деятельности хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товара.

Указанная позиция законодателя и антимонопольного органа соотносится с принципами добросовестной конкуренции и достоверности сообщаемых сведений о рекламодателях, их товарах, работах и услугах в рекламе, запретом на использование в отношении и потребителей, и конкурентов (конкретных или неопределенных) недобросовестных способов привлечения внимания к объекту рекламирования.

Таким образом, некорректное сравнение может быть осуществлено как с конкретным хозяйствующим субъектом-конкурентом (товаром, работой, услугой), так и в отношении неограниченного круга хозяйствующих субъектов-конкурентов и (или) их товаров.

При этом некорректное сравнение может быть как негативным (иметь цель принизить товаров конкурента, превознося свои), так и позитивным (не ослабляет репутацию товара конкурента, а наоборот, использует ее).

Кроме того, некорректное сравнение может быть построено с использованием неправильных логических операций таким образом, что его достоверность объективно не может быть ни подтверждена, ни опровергнута.

В настоящем случае, использование в спорной рекламе слогана «За самыми модными make-up брендами Лети в Л'Этуаль!» направлено на распространение позитивной информации в отношении реализуемого рекламодателем товара путем некорректного сравнения с другими продавцами аналогичных товаров, выраженном в акцентировании на неподтвержденные в тексте рекламы преимущества рекламируемого продавца товара, в том числе – наличие у него самого лучшего товара.

Между тем, использование в рассматриваемой рекламе словосочетания «за самыми модными» свидетельствует о наличии именно некорректного сравнения в связи со следующим.

В соответствии со словарем С.И. Ожегова слово «модный» означает соответствующий моде. Однако учитывая динамику изменения модных тенденций, различные взгляды отдельных лиц на представление о моде и том, что в настоящий момент является модным, указание на сам факт того, что предлагаемые в рекламе бренды являются самыми модными без указания времени (сезона), в какой сфере и т. п., является недостаточным.

Исходя из изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу об отсутствии в рассматриваемой рекламе достаточного критерия для признания сравнения корректным.

Таким образом, реклама «За самыми модными make-up брендами Лети в Л'Этуаль!», размещенная на стр. 89 журнала «АЭРОФЛОТ» в августе 2018 года, содержит признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламоатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламоателем понимается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рассматриваемая реклама распространена в журнале «АЭРОФЛОТ» (свидетельство о регистрации СМИ ПИ № 77-16420 от 08.09.2003). Согласно представленным сведениям и документам, а также выходным данным журнала, он издается ООО «Инфлайт Интертеймент Групп» (ОГРН 1087746829829; ИНН 7705849678; адрес: 107078, г. Москва, Орликов пер., д. 5, стр. 2, пом. 1, ком. 123А).

Таким образом, в отношении спорной рекламы ООО «Инфлайт Интертеймент Групп» является рекламораспространителем, что не оспаривается Обществом.

Согласно документально подтвержденным сведениям, представленным рекламораспространителем, рекламоателем рассматриваемой рекламы является ООО «Алькор и Ко» (ОГРН 1027739498324; ИНН 7729265128; адрес: 119261, г. Москва, Ленинский проспект, 72/2; почтовый адрес: 117452, г. Москва, Симферопольский б-р, д. 28, стр. 2; inform@letu.ru) на основании Договора между ООО «Инфлайт Интертеймент Групп» и ООО «Алькор и Ко» от 27.06.2018 № ИМ - 18.06-1569, приложения № 4 к данному Договору от 27.06.2018. Ответчиком данный факт не оспаривается.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО «Алькор и Ко» установлено нарушение пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе.

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.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пусть и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а

равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Алькор и Ко», ООО «Инфлайт Интертеймент Групп» предписаний о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 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 Московского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Алькор и Ко» (ОГРН 1027739498324; ИНН 7729265128) нарушившим пункт 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе в связи с распространением рекламы «За самыми модными make-up брендами Лети в Л'Этуаль!», размещенной на стр. 89 журнала «АЭРОФЛОТ» в августе 2018 года.

2. Выдать ООО «Алькор и Ко» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ООО «Инфлайт Интертеймент Групп» (ОГРН 1087746829829, ИНН 770584967) предписание о прекращении распространения рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Председатель Комиссии

<...>

<...>

Члены Комиссии

<...>

Исполнитель:<...>