

Исх. № АЯ-08/16481 от 16.12.2020

Комиссия Татарстанского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении Законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: <...> – (должностное лицо)
Члены Комиссии: <...> – (должностное лицо)
<...> – (должностное лицо)

рассмотрев материалы дела в отношении ИП Сунгатулина М.М. (<...>) по факту размещения рекламы с текстом: «<...>» - подробный справочник с картами городов и GPS навигатор для пешеходов и автомобилей, что имеет признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) поступило обращение (вх.№10060/ж от 21.07.2020 г.) по факту размещения недостоверной рекламы в мобильном приложении «2ГИС» - подробный справочник с картами городов и GPS навигатор для пешеходов и автомобилей, содержащей не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, что имеет признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Согласно части 1 статьи 3 Закона «О рекламе», под рекламой понимается 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.

Информация со сведениями: «<...>» в силу статьи 3 Закона «О рекламе» является рекламой, поскольку направлена на привлечение внимания и формирование интереса со стороны потребителей к сети интим-магазинов «Эролайф».

Фотография с рекламным материалом представлена ниже:

<...>

Согласно пункту 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.

Согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при анализе информации, содержащейся в рекламе, судам необходимо иметь в виду, что рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся.

Суды должны учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях,

или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

Поэтому реклама может быть признана недостоверной и в том случае, когда сведения, не соответствующие фактическим обстоятельствам, касаются деятельности (товара) конкурентов.

В соответствии с п. 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего.

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.

На территории Республики Татарстан осуществляют деятельность следующие интим-магазины:

- Эммануэль;
- Бутик Соблазна;
- Интимно;
- Эйфория;
- Сексshop.ru;
- Доктор Любви;
- Loveshop Л'амур.

Реклама интим-магазина «Эролайф», размещенная в мобильном приложении «2ГИС», содержит некорректное сравнение со всеми интим-магазинами за счет использования фразы «Вероятно, лучший интим-магазин Казани!» и отсутствия критерия сравнения, имеющего объективное подтверждение, что свидетельствует о нарушении пункта 1 части 3 статьи 5 Закона 38-ФЗ.

В связи с этим 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.

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 (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является товар, средства 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.

С учетом изложенного, рекламное объявление с текстом следующего содержания: «<...>» имеет признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель.

Статьей 3 Закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Из указанного определения следует, что рекламодателем может быть как лицо, заинтересованное в реализации объекта рекламирования (изготовитель товара, продавец товара, лицо, оказывающее услуги), так и иное лицо, если указанное лицо совершило действия по выбору объекта рекламирования (под которым понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама) и содержания рекламной информации. При этом отнесение того или иного лица к рекламодателю осуществляется исходя из объекта рекламирования, к которому формируется интерес в рекламе, условий договора о распространении рекламы, а также иных обстоятельств распространения рекламы (письмо ФАС России от 31.05.2016 N АК/36350/16 «О разъяснении отдельных положений Федерального закона «О рекламе»).

Рекламодателем является ИП Сунгатуллин М.М. (<...>).

Довод ИП Сунгатуллина М.М. о том, что в рекламе содержится фраза «вероятно, лучший», что свидетельствует о некатегоричности утверждения, а предположительности, с долей сомнения Комиссией не поддержан ввиду следующего.

Согласно толковому словарю Ожегова С.И. слово «вероятно» выражает допущение определённой возможности, склонность согласиться.

Слово «вероятно» является частицей, вводным словом, с учетом того, что использование слогана «вероятно, лучший интим-магазин» направлено на привлечение внимания потребителя, путем акцентирования внимания на превосходной степени прилагательного «лучший» от использования слова «вероятно» не меняется значение предложения.

По изложенным основаниям, Комиссия критически относится к доводу ИП Сунгатуллина М.М. о том, что в рекламе магазина содержится некатегоричное утверждение в отношении предоставляемых услуг.

Также на заседании Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и антимонопольного законодательства при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан от 23.10.2020 года было установлено, что реклама с текстом: «18+. Вероятно, лучший интим-магазин Казани! Дарим пробники продукции» создает впечатление, что данный магазин является одним из лучших.

Так как, согласно мнению экспертов, использование в рекламе слова «Вероятно, лучший» 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, например путем

употребления слов "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Соответственно, реклама содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 часть 3 статьи 5 Закона «О рекламе»).

Использование в рекламе слов «Вероятно», «Пожалуй», «Возможно» и иных схожих по смыслу слов в предложениях «Самые лучшие», «№1», «Лучшие» содержит признаки нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

Ввиду изложенного и на основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе, а также в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать рекламу с текстом: «<...>», распространенную в мобильном приложении «2ГИС» - подробный справочник с картами городов и GPS навигатор для пешеходов и автомобилей ненадлежащей, не соответствующей требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N38-ФЗ «О рекламе».

Рекламодателем признать ИП Сунгатулина М.М. (<...>).

Рекламораспространителем признать - ООО «ДубльГис».

Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать в связи с тем, что данная реклама уже устранена.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

Члены Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

<...> – (должностное лицо)