

РЕШЕНИЕ

по делу №016/05/5-1101/2020 о нарушении законодательства

Российской Федерации о рекламе

Исх. АЯ-08/11670 от 31.08.2020

г. Казань, ул. Московская, д.55, 2 этаж, каб.217

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

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

<...> – (должностное лицо);

Члены Комиссии:

<...> – (должностное лицо);

рассмотрев дело №016/05/5-1101/2020 в отношении <...> по факту размещения рекламы с текстом: «Кухни по самым низким ценам Разница от салона 40% ато и 50% Зачем переплачивать?», в социальной сети Instagram, что имеет признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 N38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения государственного надзора в сфере рекламы Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) был установлен факт распространения рекламы с текстом: «Кухни по самым низким ценам Разница от салона 40% ато и 50% Зачем переплачивать?», в социальной сети Instagram, что имеет признаки нарушения Закона «О рекламе».

Вышеуказанный рекламный текст: «Кухни по самым низким ценам Разница от салона 40% ато и 50% Зачем переплачивать?» может вводить потребителей в заблуждение относительно преимуществ рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения, а именно о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона «О рекламе» определено, что 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.

Вышеуказанная рекламная информация содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить

от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к товарам, реализуемым соответствующими рекламодателями.

Применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени, например утверждений о «самом», «лучшем», «абсолютном», «единственном», «№ 1» и т.п., действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодатель не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства. При этом использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

Таким образом, в рекламе: «Кухни по самым низким ценам Разница от салона 40% ато и 50% Зачем переплачивать?», присутствует информация сравнительной характеристики посредством утверждений «Самые» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, что нарушает требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе»

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

Согласно информации, представленной ПАО «МегаФон», телефонный номер <...> указанный во вкладке «Как позвонить», на странице, распространяющей рекламу с текстом: «Кухни по самым низким ценам Разница от салона 40% ато и 50% Зачем переплачивать?», зарегистрирован за <...>.

Рекламодателем в рассматриваемом случае является <...>.

Определение о возбуждении дела <...> не получено, направлено по адресу регистрации <...> заказным письмом с уведомлением.

Однако конверт с указанным определением вернулся в адрес Татарстанского УФАС России 13.08.2020 г., что в соответствии с Постановлением Пленума Верховного Суда РФ от 24.03.2005 г. №5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» и в соответствии с частью 3 статьи 23 и статьей 165.1 Гражданского кодекса Российской Федерации, считается надлежащим извещением лица, поскольку, адрес регистрации <...>. адрес регистрации: <...>.

Согласно части 3 статьи 23 Гражданского кодекса Российской Федерации к предпринимательской деятельности граждан, осуществляемой без образования юридического лица, соответственно применяются правила настоящего Кодекса, которые регулируют деятельность юридических лиц, являющихся коммерческими организациями, если иное не вытекает из закона, иных правовых актов или существа правоотношения.

При этом, статьей 165.1 Гражданского кодекса Российской Федерации установлено, что юридическое лицо, а соответственно и индивидуальный

предприниматель несет риск последствий неполучения юридически значимых сообщений, доставленных по адресу регистрации, а также риск отсутствия по указанному адресу своего органа или представителя.

Сообщения, доставленные по адресу регистрации, считаются полученными юридическим лицом, даже если оно не находится по указанному адресу.

На основании изложенного <...> надлежащим образом уведомлен о времени и месте рассмотрения настоящего дела.

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:

1. Признать рекламу <...>, распространяемую в социальной сети Instagram с текстом: «Кухни по самым низким ценам Разница от салона 40% ато и 50% Зачем переплачивать?», ненадлежащей, не соответствующей требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать <...> предписание об устранении нарушений требований действующего законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о необходимости возбуждения дела об административном правонарушении.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>