

Исх. №АР-08/12534 от 22.08.2019 года

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 дело №016/05/5-949/2019 в отношении ИП Заманли <...> по факту распространения рекламы с текстом: «Только у нас, самая вкусная еда, лучшая пицца и шаурма на углях Татарстана», что имеет признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствии:

- представителя ИП Заманли Т.Х. - извещен,

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения государственного надзора в сфере рекламы Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) был установлен факт распространения звуковой рекламы с текстом: «Только у нас, самая вкусная еда, лучшая пицца и шаурма на углях Татарстана», что имеет признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе».

В ходе дальнейшего мониторинга, Управлением был обнаружен номер телефона <...>, который указан непосредственно у места осуществления предпринимательской деятельности.

В целях установления лица, которому принадлежит вышеуказанный абонентский номер Татарстанским УФАС России был отправлен запрос в ПАО «ВымпелКом» (далее – оператор) (исх. №АР-08/8861 от 18.06.2019 г.), в ответ на который оператор представил информацию (вх. №9781 от 21.06.2019 г.), согласно которой абонентский номер <...> выделен ИП Заманли <...>.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «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.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, 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, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Вышеуказанная реклама «Только у нас, самая вкусная еда, лучшая пицца и шаурма на углях Татарстана» может вводить потребителей в заблуждение относительно преимуществ рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами,

которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Звуковая реклама с текстом: «Только у нас, самая вкусная еда, лучшая пицца и шаурма на углях Татарстана» имеет признаки нарушения закона «О рекламе» в части содержания некорректного сравнения с аналогичными услугами иных хозяйствующих субъектов и (или) индивидуальных предпринимателей путем использования обозначений «лучшая», «самая лучшая» без указания конкретных характеристик и (или) параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, а также без указания ссылок на анализы и исследования, подтверждающие превосходство данного места реализации товара перед другими субъектами, осуществляющие аналогичную деятельность.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. N38-ФЗ «О рекламе» недобросовестной признается реклама, содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с письмом ФАС России от 30.09.2011 г. №АК/37027, к некорректному сравнению относятся случаи, когда делается вывод о 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 путем использования «самый лучший», «№1». В отсутствие указания критерия такого сравнения создается впечатление, что рекламируемая услуга обладает заявленным преимуществом по всем критериям. Однако, данный вывод достоверен только в отношении одного или нескольких критериев, но не всех. Отсутствие в рассматриваемой рекламе существенной информации о том, что услуга является лучшей на территории, а именно, в России, искажает смысл рекламы и вводит в заблуждение потенциальных клиентов. Таким образом, для того, чтобы использовать в рекламе конструкции «лучший», «первый», «номер один» и т.д. необходимо привести конкретный критерий, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Учитывая вышесказанное, рассматриваемая реклама содержит признаки недостоверности, а именно не даёт точной информации о преимуществах (цена) рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктами 1 и 2 статьи 3 Закона «О рекламе», реклама – это 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.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу ИП Заманли <...> с содержанием «Только у нас, самая вкусная еда, лучшая пицца и шаурма на углях Татарстана» не соответствующей пункту 1 части 2 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» в части содержания некорректного сравнения рекламируемого товара (услуги) с находящимися в обороте товарами (услугами), которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.
2. Выдать ИП Заманли Т.Х. предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе в связи с тем, что не были представлены доказательства о прекращении совершения нарушения.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении.

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)

<...> –