

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю рассмотрев протокол об административном правонарушении от 03 июня 2020 года и материалы дела № 027/04/14.3-594/2020 об административном правонарушении, в отношении ООО «Капитал Групп» (ИНН 2721224635, место нахождения: 680030, г. Хабаровск, ул. Гоголя, д. 29Д, оф. 4) в связи с распространением ненадлежащей рекламы,

в отсутствие ООО «Капитал Групп», извещенного надлежащим образом о дате, месте и времени рассмотрения дела,

### **УСТАНОВИЛА:**

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Хабаровским УФАС России 13 марта 2020 года отслежена наружная реклама следующего содержания: *«50 оттенков серого –THE SAUNA Пожалуй, лучшая\* сауна \*по мнению наших гостей +7 (4212)78-78-78 г. Хабаровск ул. Гоголя, 29 200 метров»*, распространяемая в г. Хабаровске, на пересечении Уссурийского бульвара и ул. Шеронова.

Общие требования к рекламе закреплены в статье 5 ФЗ «О рекламе», в соответствии с которой реклама должна быть добросовестной и достоверной.

Термин «лучший» означает: «самого высокого качества, самого хорошего свойства» (С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова, «Толковый словарь русского языка», 4-е издание, дополненное, М., 1999).

Федеральный закон «О рекламе» не содержит прямого запрета на использование в рекламе терминов в превосходной степени, однако устанавливает требование к досто

верности распространяемой рекламы, поскольку утверждение степени превосходства предполагает особую востребованность с точки зрения качества для потребителей.

Несмотря на то, что в данном случае говорится только о предположении рекламодателя относительно своего преимущества перед другими компаниями, подобная реклама вводит потребителей в заблуждение, так как слово «пожалуй» не меняет смысла используемого выражения и, по сути, содержит в себе сведения о преимуществах рекламируемых услуг.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного

Суда от 08.10. 2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» необходимо исходить из того, что 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.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», 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.

Из данных разъяснений следует, что заявление о преимуществах, в том числе, формулировка «пожалуй, лучшая сауна», содержащая прилагательное в превосходной степени, должна иметь документальное и фактическое обоснование.

Исходя из содержания рекламы, сауна «50 оттенков серого» - это «ЛУЧШЕЕ», что есть в Хабаровске среди предприятий бытового обслуживания, то есть рекламируемое предприятие находится в более лучшей позиции, включая качество, сервисный, ценовой уровень, т.е. обладает более высокими достоинствами и преимуществами перед всеми остальными.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, признается недостоверной и не допускается.

Кроме того, в силу пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Указанное в рекламе «по мнению наших гостей» не может рассматриваться в качестве объективного критерия подтверждения преимущества рекламируемого товара, по

которому возможно осуществить такое сравнение, и который может быть подтвержден или опровергнут объективными данными.

Употребление в рекламе прилагательного в превосходной степени «лучшая» и отсутствие конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение, создает неверное представление о том, что сауна «50 оттенков серого» находится в более выгодной позиции по сравнению с иными организациями, осуществляющими аналогичную деятельность, тем самым стимулирует интерес потребителей к услугам рекламодателя, поддерживает заинтересованность в них, влияя в целом на продвижение товара на рынке.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2, пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», несёт рекламодатель.

Установлено, что рекламодателем является ООО «Капитал Групп» (ИНН 2721224635, место нахождения: 680030, г. Хабаровск, ул. Гоголя, д. 29Д, оф. 4).

Данный факт подтверждается договором аренды рекламной конструкции № 56/19 от 17.10.2019, заключенным между ООО «Аскона» и ООО «Капитал Групп», выписками из лицевого счета, подтверждающими оплату рекламных плоскостей.

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламодателем, рекламодателем законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) влечет наложение административного штрафа.

Согласно части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если

назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II КоАП РФ или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 КоАП РФ, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ.

В соответствии с частью 3.5 статьи 4.1, статьи 4.1.1 КоАП РФ

административное наказание в виде предупреждения назначается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или угрозы причинения вреда

жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

Административное правонарушение, совершенное ООО «Капитал Групп» не входит в перечень административных правонарушений, указанных в ч. 2 ст.4.1.1 КоАП РФ.

ООО «Капитал Групп» относится к категории малого предприятия в соответствии со сведениями из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства по состоянию на 27 марта 2020 г.

Ранее ООО «Капитал Групп» по статье 14.3 КоАП к ответственности не привлекался.

Кроме того, в совершенном ООО «Капитал Групп» правонарушении отсутствует причинение вреда или угроза причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угроза чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также отсутствует имущественный ущерб.

Учитывая наличие совокупности изложенных выше обстоятельств, руководствуясь частями 1, 2 статьи 3.5, частью 1 статьи 4.1.1, статьями 23.48, 29.9, а также частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ,

### **ПОСТАНОВИЛА:**

Признать ООО «Капитал групп» виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить ему наказание в виде предупреждения.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП, а также частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение

10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статье 31.1 КоАП постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.