

Исх. 04-08/937 от 28.01.2020

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

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

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

<...> – (должностное лицо)

рассмотрев дело №016/05/5-1991/2019, возбужденное по признакам нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе») в отношении ИП Йардым Мехмет (<...>; ОГРНИП: 318169000066290, ИНН: 165719234270, дата регистрации ИП: 13.04.2018 г.) по факту распространения рекламы блюда ресторана Gagawa с текстом: «САМЫЙ БОЛЬШОЙ ЛАНЧ НА ФУДКОРТЕ 290 р. БУДНИ С 12 ДО 16»,

в отсутствие ответчика (его представителей), надлежаще уведомлен,

УСТАНОВИЛА:

На основании приказа Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан от 02.10.2019г. №02/397-пр была проведена внеплановая выездная проверка в отношении общества с ограниченной ответственностью «Гипермаркет «Кольцо» (420107, РТ, г. Казань, ул. Петербургская, д. 1, помещение 41, ОГРН 1191690075257, ИНН 1655423560).

В ходе проведения проверки Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) был установлен факт распространения рекламы деятельности ресторана Gagawa с текстом: «САМЫЙ БОЛЬШОЙ ЛАНЧ НА ФУДКОРТЕ 290 р. БУДНИ С 12 ДО 16», которая имеет признаки нарушения Закона «О рекламе».

Данная реклама размещалась в здании ООО «Гипермаркет «Кольцо» г. Казань, ул. Петербургская, д. 1.

Фотоизображения рекламы представлены ниже:

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.

Объектом рекламирования является блюдо ресторана Gagawa расположенного в здании ООО «Гипермаркет «Кольцо» в г. Казань, ул. Петербургская, д. 1.

Вышеуказанная реклама с текстом: «САМЫЙ БОЛЬШОЙ ЛАНЧ НА ФУДКОРТЕ 290 р. БУДНИ С 12 ДО 16» содержит все необходимые 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 соответствующим рекламодателем.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с п. 9 Постановления 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.

Согласно пункту 4 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

В соответствии с пунктом 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.

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.

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).

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

Из положений части 6 статьи 38 закона о рекламе следует, что за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2 статьи 5, пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе», ответственность несет рекламодатель.

В соответствии с информацией, предоставленной ООО «Гипермаркет «Кольцо», реклама размещалась на основании договора на право размещения и демонстрации рекламных материалов №10/19 от 16 сентября 2019 года ИП Йардым Мехмет (<...>; ОГРНИП: 318169000066290, ИНН: 165719234270, дата регистрации ИП: 13.04.2018 г.).

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона «О рекламе», рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем указанной рекламы является ИП Йардым Мехмет (<...>; ОГРНИП: 318169000066290, ИНН: 165719234270, дата регистрации ИП: 13.04.2018 г.).

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 Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей рекламу блюда ресторана Gagawa с текстом: «САМЫЙ БОЛЬШОЙ ЛАНЧ НА ФУДКОРТЕ 290 р. БУДНИ С 12 ДО 16», распространенную ИП Йардым Мехмет (<...>; ОГРНИП: 318169000066290, ИНН: 165719234270, дата регистрации ИП: 13.04.2018 г.), поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Выдать ИП Йардым Мехмет предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренного 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)