

Комиссия Татарстанского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

<...>

рассмотрев дело № 08-636/2014 возбужденное по признакам нарушения законодательства о рекламе по факту распространения в эфире радиостанции «Брежнев FM» г. Набережные Челны, с текстом: «Спонсор новогодней охоты ООО «Дом охотника» Самые доступные цены на товары для охоты и самообороны в магазине «Дом охоты на Сидоровке» 707910, 707337» с признаками нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе» в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Дом охотника» (ИНН 1650090469; Юр. адрес: 423820, Республика Татарстан, город Набережные Челны, улица Гагарина, 21; Факт. адрес: 423820, Республика Татарстан, город Набережные Челны, улица М. Джалиля, 22) по доверенности от 20 октября 2014 года <...>

установила:

По результатам проведения плановой выездной проверки ООО «Современные технологии» на предмет соблюдения норм Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее — Управление) установлен факт распространения в эфире радиостанции «Брежнев FM» г. Набережные Челны, с текстом: «Спонсор новогодней охоты ООО «Дом охотника» Самые доступные цены на товары для охоты и самообороны в магазине «Дом охоты на Сидоровке» 707910, 707337» с признаками нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе».

Данная реклама содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также содержит не соответствующие действительности сведения: о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, что образует признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06. № 38-ФЗ «О рекламе».

Во исполнение определения о возбуждении дела ООО «Дом охотника» представлены истребованные документы и сведения, а так же даны следующие пояснения: 12.12.2013 года между ООО «Дом охотника» и ООО «Современные технологии» был заключен договор № 110 на изготовление и размещение рекламы. Оплата услуг была произведена на основании выставленного счета от 29.11.2013 г., услуги были выполнены в полном объеме и в срок, что подтверждается актом № 622 от 31.12.2013 года Должностным лицом ответственным за размещение данной рекламы является <...>

Согласно пояснениям вышеуказанная реклама не содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Рекламодатель не сообщал недостоверные сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В рекламе не использованы фразы «Самые лучшие цены», «Самые низкие цены», «Всегда дешевле», утверждающие о ценовом преимуществе рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые реализуются другими продавцами.

Также сообщается, что рекламодатель может подтвердить достоверность утверждения о «доступных ценах» по сравнению с аналогичными товарами всех других продавцов города Набережные Челны Республики Татарстан.

Фраза «самые доступные цены» означает, что товары для охоты и самообороны могут себе позволить приобрести разные слои населения.

Так в толковом словаре русского языка С.И. Ожегова приводится значение слова «доступный»: «Такой, к-рый подходит для многих, для всех (по возможности пользоваться, по умеренности цены). Книга доступна всем. Доступные цены».

Комиссия, изучив имеющиеся материалы дела № 08-636/2014 и заслушав пояснения, приходит к следующим выводам.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06. № 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 пунктом 1 части 3 статьи 5 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.

Из представленных документов и сведений от ООО «Современные технологии» установлено, что вышеуказанная реклама распространялась на основании договора № 110 от 12.12.2013 г., заключенного между ООО «Современные технологии» и ООО «Дом охотника» в период с 16 по 27 декабря 2013 года.

Таким образом, рекламодателем рекламы является ООО «Дом охотника», рекламодателем ООО «Современные технологии».

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» дано понятие рекламы – 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.

Информация, распространявшаяся в эфире радиостанции «Брежнев FM» г. Набережные Челны, с текстом: «Спонсор новогодней охоты ООО «Дом охотника» Самые доступные цены на товары для охоты и самообороны в магазине «Дом охоты на Сидоровке» 707910, 707337», 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; распространена в эфире радиостанции; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам, предоставляемым соответствующим рекламодателем.

В вышеуказанной рекламе используется фраза «...ООО «Дом охотника» Самые доступные цены на товары для охоты и самообороны...». Данное словосочетание, использованное в рекламе указывает на превосходство товаров реализуемых ООО «Дом охотника» над аналогичными товарами по доступности цены, поскольку «самый» подразумевает, что рекламируемый товар обладает более высокими достоинствами и преимуществом перед другими однородными товарами.

Применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени, например утверждений о «самом», «лучшем», «абсолютном», «единственном», «№ 1» и тому подобных, 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. Указание на такое качество как «самые доступные цены» рекламодателем не определен критерий доступности цены. Согласно пояснений Общества приводится значение слова «доступный» как «такой, который подходит для многих, для всех (по возможности пользоваться, по умеренности цены). Книга доступна всем. Доступные цены», таким образом «доступность» в свою очередь имеет оценочный характер. Доступность цены на тот или иной товар определяется не только фактической стоимостью товара в денежном выражении, но и потенциальной возможностью его приобретения в соответствии с достатком потребителя (доступность товара фактически количество товара возможного к приобретению за определенный достаток). Также, следует отметить, что товар может считаться для одной категории потребителей доступным не по доступности его цены как таковой, а по причине высокого достатка потребителя, таким образом, что незначительное отклонение по цене (+/- 10%) не окажет влияния на потребительские предпочтения. Для других же при прочих равных доступность может определяться именно низкой ценой товара относительно его конкурентов. Таким образом, доступность цены для конкретного потребителя может отличаться в зависимости от его дохода и в общем восприятии определяется как «низкий» по стоимости.

Так, Общество распространяло рекламу со словами «самые доступные цены» без документального подтверждения достоверности использования в рекламе сведений о преимуществах рекламного товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами. Более того, указанная реклама свидетельствует о том, что ни одно другое предприятие, действующее на данном рынке и в данном регионе, не имеет таких показателей относительно цены реализуемой продукции.

Таким образом, реклама ООО «Дом охотника», распространявшаяся в эфире радиостанции «Брежнев FM» г. Набережные Челны, с текстом: «Спонсор

новогодней охоты ООО «Дом охотника» Самые доступные цены на товары для охоты и самообороны в магазине «Дом охоты на Сидоровке» 707910, 707337», размещена с нарушением пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

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

Из положения части 6 статьи 38 Федерального Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2 статьи 5, пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06. № 38-ФЗ «О рекламе» несет ответственность рекламодаделец.

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:

1. Признать рекламу, распространявшуюся в эфире радиостанции «Брежнев FM» г. Набережные Челны, с текстом: «Спонсор новогодней охоты ООО «Дом охотника» Самые доступные цены на товары для охоты и самообороны в магазине «Дом охоты на Сидоровке» 707910, 707337», ненадлежащей, так как были нарушены требования, установленные пунктом 1 части 2 статьи 5, пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Дом охотника» (ИНН 1650090469; Юр. адрес: 423820, Республика Татарстан, город Набережные Челны, улица Гагарина, 21; Факт. адрес: 423820, Республика Татарстан, город Набережные Челны, улица М. Джагиля, 22) предписание о прекращении нарушений законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу УФАС по РТ для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме "4" ноября 2014 г.

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