

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ 38/16

Резолютивная часть решения оглашена «17» мая 2016 г

Решение в полном объеме изготовлено «31» мая 2016 г.  
Новосибирск

г.

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы И.В. Волохина,

члены Комиссии: Е.А. Скоп – главный специалист-эксперт отдела рекламы

М.О. Хрипченко – специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 38/16, возбужденное по факту размещения в октябре 2015 г. на конструкции, расположенной на фасаде здания по адресу: г. Новосибирск, ул. Урицкого, д. 36, у входа в парикмахерскую «GUTMAN BARBERSHOP» информации, с признаками нарушения:

- п.1 ч.2 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе): недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

- п.1 ч.3 ст.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;

- п. 20 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара;

- ч. 11 ст.5 Закона о рекламе: при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации,

в присутствии:

заявители – физическое лицо «...» (не явилось, уведомлен надлежащим образом),

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Барбершоп-Новосибирск» - директора Общества «...». (Протокол № 1 от 12.08.2015 г.),

УСТАНОВИЛА:

В Новосибирское УФАС России поступило обращение физического лица (вх. № 5396э от 21.10.2015 г.) по факту размещения в октябре 2015 г. на конструкции, расположенной на фасаде здания по адресу: г. Новосибирск, ул. Урицкого, д. 36, у входа в парикмахерскую «GUTMAN BARBERSHOP» информации следующего содержания:

«GUTMAN BARBERSHOP \_ Первая нормальная парикмахерская! \_ Запишись сейчас! 299-10-90 \_ Борода \_ Стрижка \_ Чай и кофе \_ Компания \_ Можно покрепче», с признаками нарушения Закона о рекламе.

Новосибирским УФАС России по данному факту возбуждено данное дело, в ходе рассмотрения которого установлено следующее.

В силу ст.3 Закона о рекламе, 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.

Реклама призвана быть убеждающей по своему характеру с тем, чтобы привлечь внимание новых потребителей к товару (объекту рекламирования), сформировать положительное представление о нем и необходимое рекламодателю для продвижения товара позитивное отношение к нему. Признаком рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту рекламирования для продвижения его на рынке, поддержать интерес к нему и закрепить его образ в памяти потребителя.

Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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; под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (парикмахерской) и его продвижение на рынке, следовательно, в полной мере отвечает всем признакам определения «реклама».

Согласно материалам дела, деятельность по предоставлению парикмахерских услуг в нежилом помещении, расположенном по адресу: г. Новосибирск, ул. Урицкого, д. 36, осуществляет ООО «Барбершоп-Новосибирск» на основании Договора аренды помещения № 1 от 25.08.2015 г., заключенного с ИП Марченко Л.В.

Согласно п.п. 1.2, 1.3 Устава Общества полное фирменное наименование указанного юридического лица на русском языке: Общество с ограниченной ответственностью «Барбершоп-Новосибирск», сокращенное фирменное на русском языке: ООО «Барбершоп-Новосибирск».

Фирменное наименование на иностранном языке отсутствует.

Согласно ст. 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и

достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с п.1 ч.2 ст.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.

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.

Согласно п.1 ч.3 ст.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.

Реклама товаров (работ, услуг) не должна создавать у потребителей заблуждений относительно свойств (качеств, характеристик и др.) товара (работы, услуги). Таким образом, в рекламе не допускается использование информации не соответствующей действительности и аналогичных сведений о преимуществах рекламируемого товара (в том числе юридического лица).

Действующее законодательство в регулируемой сфере правоотношений исходит из того, что достоверность распространяемой рекламы с использованием утверждений, в том числе в превосходной степени, должна соответствовать реальной действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Рассматриваемая реклама содержит некорректное сравнение парикмахерской «GUTMAN BARBERSHOP» с другими организациями, оказывающими парикмахерские услуги в г. Новосибирске, способна вызвать неверные представления у потребителей относительно объекта рекламирования и отрицательно повлиять на осознанный выбор парикмахерской, в том числе путем указания некорректных сведений о конкурентах.

Кроме того, согласно ч. 11 ст.5 Закона о рекламе, при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Законодательство Российской Федерации основывается на [Конституции](#) Российской Федерации, включает в себя общепризнанные принципы и нормы международного права, федеральные конституционные законы, федеральные законы (федеральное законодательство), конституции (уставы) и законы субъектов Российской Федерации (законодательство субъектов Российской Федерации).

Конституция Российской Федерации закрепляет за русским языком статус государственного языка Российской Федерации ([статья 68](#) Конституции Российской Федерации). Данный статус предполагает повсеместное использование русского языка. Русским языком свободно владеет подавляющее большинство граждан Российской Федерации. Он представляет собой важную коммуникационную основу целостности и единства России, выполняет интеграционную функцию в политической, социальной и культурной сферах, выступает в качестве символа государства.

Исходя из законодательного определения реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг на рынок и, следовательно, призвана содействовать формированию единого экономического пространства в Российской Федерации.

Единство экономического пространства не может быть достигнуто без создания единой информационной системы рынка. В этом смысле реклама (рекламная информация), распространяемая на русском языке как государственном языке Российской Федерации по всей ее территории, составляет основу такой информационной системы.

Определяя сферы обязательного использования государственного языка Российской Федерации, [п. 10 ч. 1 ст. 3](#) Федерального [закон](#) от 01.06.2005 N 53-ФЗ "О государственном языке Российской Федерации" предписывает в обязательном порядке использовать русский язык в рекламе, а также в наименованиях организаций всех форм собственности.

Вместе с тем названный [Закон](#) предусматривает возможность использовать в данных сферах наряду с государственным языком Российской Федерации другие языки народов Российской Федерации или иностранные языки в установленном порядке. Согласно данному порядку при использовании иностранного языка в рекламе тексты на русском языке и на иностранном языке должны быть идентичными по содержанию и техническому оформлению, выполнены разборчиво.

Законодательство Российской Федерации предоставляет особый правовой режим объектам интеллектуальной собственности. Право на товарный знак (знак обслуживания) и фирменное наименование охраняется законом. Правовая охрана этих объектов распространяется и на язык, который они используют.

В этой связи [ч. 3 ст. 3](#) Федерального закона "О государственном языке Российской Федерации" сделано исключение из сфер обязательного использования русского языка для фирменных наименований, товарных знаков и знаков обслуживания.

Таким образом, в рекламе и других сферах допустимо использование на иностранном языке фирменного наименования, полученного при регистрации юридического лица, и товарного знака без перевода на русский язык.

В рассматриваемой рекламе отсутствует идентичное указание иностранных слов, выполненных на английском языке, на государственном языке РФ - русском. В материалах дела отсутствуют сведения о наличии у Общества каких-либо зарегистрированных товарных знаков.

Данные факты указывают на нарушение п.1 ч.2 ст.5, п. 1 ч. 3 ст. 5, ч. 11 ст.5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение ч.ч.2,3 ст.5 Закона о рекламе несет рекламодаделец (ч.7 ст. 38 Закона о рекламе).

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

17.05.2016 г. на рассмотрении дела Комиссией Новосибирского УФАС России представитель Общества согласился с наличием нарушения, затруднился пояснить, какую смысловую нагрузку содержит в себе фраза: «Первая нормальная парикмахерская».

Также указал, что у Общества отсутствуют выданные в установленном порядке свидетельства на товарные знаки, и лицензионные договоры на их использованием не заключались.

Макет рассматриваемой рекламы был придуман директором Общества «...» и вторым соучредителем – «...» изготовление рекламного баннера происходило без заключения договора, по устной договоренности. Какие-либо документы на размещение рекламы у Общества отсутствуют.

Комиссия Новосибирского УФАС России приходит к выводу об отсутствии нарушения п. 20 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе при размещении рассматриваемой рекламы.

С учетом изложенного, принимая во внимание представленные документы, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Барбершоп-Новосибирск».

Рассмотрев материалы дела, заслушав представителя ООО «Барбершоп-Новосибирск» Комиссия, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» №38-ФЗ от 13 марта 2006г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### РЕШИЛА:

1. Признать Общество с ограниченной ответственностью «Барбершоп-Новосибирск» (ИНН 5407245885, юридический адрес: ул. Урицкого, д.36, г. Новосибирск, 630004) нарушившим требования:

- п.1 ч.2 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе): недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

- п.1 ч.3 ст.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;

- ч. 11 ст.5 Закона о рекламе: при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации,

а информацию, размещенную в октябре 2015 г. на конструкции, расположенной на фасаде здания по адресу: г. Новосибирск, ул. Урицкого, д. 36, у входа в парикмахерскую «GUTMAN BARBERSHOP» информации следующего содержания:

«GUTMAN BARBERSHOP \_ Первая нормальная парикмахерская! \_ Запишись сейчас! «...» \_ Борода \_ Стрижка \_ Чай и кофе \_ Компания \_ Можно покрепче»,  
ненадлежащей рекламой.

2. Выдать ООО «Барбершоп-Новосибирск» предписания о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

#### ПРЕДПИСАНИЕ № 38/16

#### О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

#### РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

31 мая 2016 г.

г. Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы И.В. Волохина,

члены Комиссии: Е.А. Скоп – главный специалист-эксперт отдела рекламы

М.О. Хрипченко – специалист-эксперт отдела рекламы,

на основании своего решения от 31 мая 2016 г. по делу № 38\16 о признании ненадлежащей рекламы, размещенной на фасаде здания по адресу: г. Новосибирск, ул. Урицкого, д. 36, у входа в парикмахерскую «GUTMAN BARBERSHOP», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «Барбершоп-Новосибирск» (ИНН 5407245885, юридический адрес: ул. Урицкого, д.36, г. Новосибирск, 630004) в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно, не допускать распространение рекламы, с нарушением:

- п.1 ч.2 ст.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;

- п.1 ч.3 ст.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;

- ч. 11 ст.5 Закона о рекламе: при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

2. ООО «Барбершоп-Новосибирск» представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 30 июня 2016 г.

В соответствии с ч.2.4 ст.19.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях, невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе или законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа об отмене либо изменении противоречащего законодательству Российской Федерации о рекламе акта федерального органа исполнительной власти, акта органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации или акта органа местного самоуправления влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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