

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан <...> (должностное лицо), рассмотрев протокол и материалы дела №<...> об административном правонарушении, возбужденного в отношении ООО «Успех-пресс» (место нахождения юридического лица: <...>; ОГРН: <...>, ИНН: <...>, КПП: <...>, дата регистрации юридического лица: <...> г.) по факту нарушения требований пункта 1 и 4 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закона «О рекламе»), ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации (далее – КоАП РФ),

в присутствии: – представителя по доверенности ООО «Успех-пресс» <...> (доверенность <...> от <...> г.);

– директора ООО «Успех-пресс» <...> (должностное лицо) (решение №<...> от <...> г.),

#### УСТАНОВИЛ:

В ходе проведения мониторинга Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) было установлено факт распространения в газете «Газета METRO Казань» выпуск №<...> от <...> г., рекламы с текстом: «Газета METRO №1 в России», которая имела признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

В рассматриваемой рекламе, которая была размещена в газете «Газета METRO Казань» выпуск №<...> от <...> г., указано «Газета METRO №1 в России», однако данное утверждение, о том, что Газета METRO является №1 в России ничем не подтверждено, размещено без указания конкретных характеристик и (или) параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение о его превосходстве перед другими СМИ, что является некорректным сравнением рекламируемой газеты.

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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «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.

Целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, способных вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования.

Реклама СМИ, а именно газеты «METRO Казань», распространяемых и издаваемых (выпускаемых) ООО «Успех-пресс», которые исходя из содержания рекламы является «№1» в России, распространявшаяся, в том числе путем размещения данной рекламы в газете «Газета METRO Казань» выпуск №<...> от <...> г. на территории г. Казани Республики Татарстан, 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; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке газеты METRO, которые являются №1 в России, что следует из обозначения «Газета METRO №1 в России», призвана формировать и поддерживать интерес к услугам, оказываемым соответствующим рекламодателем.

Таким образом, данная реклама направлена на привлечение внимания потребителей (в том числе рекламодателей иных услуг, которые намерены размещать рекламы) именно к газете «METRO Казань» распространяемых и издаваемых (выпускаемых) ООО «Успех-пресс» на территории г. Казани Республики Татарстан.

Из смысла содержания вышеуказанной рекламы, следует, что газета «METRO Казань» является газетой №1 в России, среди аналогичных газет, выпускаемых другими лицами на территории России.

Данное утверждение обеспечивает преимущество рекламируемой газеты перед аналогичными газетами (СМИ), распространяемых и издаваемых (выпускаемых) другими лицами на территории Республики Татарстан г. Казани и России в целом.

В данном случае, указание в рекламе обозначения «№1», способно оказать влияние на конкуренцию, путем перераспределении спроса так как, по утверждению, содержащемуся в рекламе сама газета является №1, среди других аналогичных газет.

В вышеуказанной рекламе отсутствуют какие-либо указания конкретных характеристик или параметров, на которых основаны сравнения газеты «METRO Казань», имеющих объективное подтверждение, что данная газета является «№1», а также не указаны иные ссылки на анализы и исследования, подтверждающие превосходство данной газеты по сравнению с аналогичными газетами иных лиц на территории Республики Татарстан г. Казани и России.

В Постановлении Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»» в пункте 29 указано, 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", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу, что в рассматриваемой рекламе содержится некорректное сравнение газеты «METRO Казань» с аналогичными газетами, распространяемых и издаваемых (выпускаемых) другими лицами, путем использования обозначения «№1», создающего впечатление о превосходстве газеты «METRO Казань» без указания конкретных характеристик, параметров и результатов исследований, подтверждающих, что данная газета является №1 на территории Республики Татарстан г. Казани (России), что в соответствии с пунктом 1 статьи 14.3 ФЗ «О защите конкуренции» является актом недобросовестной конкуренции.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно части 1 статьи 5 Закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 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.

<...>

Обязанность каждого соблюдать закон, закреплена в Конституции Российской Федерации.

В рассматриваемом случае совершенное правонарушение посягает на права неопределенного круга лиц, как возможных потребителей рекламируемых услуг на получение полной и достоверной информации, что создает в результате совершения данного правонарушения существенную угрозу охраняемым общественным отношениям в сфере рекламы.

Деяние, квалифицируемое по статье 14.3 КоАП РФ, посягает на порядок в области предпринимательской деятельности, где субъективную сторону составляет прямой умысел, следовательно, оно не может быть признано малозначительным.

При рассмотрении настоящего дела обстоятельств, предусмотренных статьей 24.5 КоАП РФ, не выявлено, равно, как отсутствуют и иные основания для прекращения производства по делу об административном правонарушении.

Оснований для применения статьи 2.9 КоАП РФ не установлено.

Руководствуясь статьями 23.48, 29.9, а также частью 1 статьи 14.3, частью 3.2 и 3.3

статьи 4.1, частью 2 статьи 25.1, статьей 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать ООО «Успех-пресс» (место нахождения юридического лица: <...>; ОГРН: <...>, ИНН: <...>, КПП: <...>, дата регистрации юридического лица: <...> г.), виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ и назначить наказание в виде административного штрафа в размере 100 000 (ста тысяч) рублей 00 копеек.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ, административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее 60 (шестидесяти) дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, за исключением случая, предусмотренного частью 1.1 статьи 32.2 КоАП РФ, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

Сумма административного штрафа должна быть перечислена по следующим реквизитам:

Банк получателя – <...>;

БИК Банка – <...>;

Расчетный счет – <...>;

Получатель – <...>;

ИНН получателя – <...>;

КПП получателя – <...>;

ОКТМО – <...>;

КБК – <...>;

ID плательщика – <...>;

УИН – <...>.

Назначение платежа – денежное взыскание (штраф) за нарушение законодательства о рекламе, налагаемое федеральным органом государственной власти по делу №<...>.

Копию документа, подтверждающего уплату административного штрафа, лицо, привлеченное к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление, по факсу в Татарстанское УФАС России, ул. Московская д. 55, г. Казань, 420021, тел: (843) 238-19-46.

Согласно части 5 статьи 32.2 КоАП РФ, при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об

уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в части 1 или 1.1 статьи 32.2 КоАП РФ, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют соответствующие материалы судебному приставу-исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, в отношении лица, не уплатившего административный штраф, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, его учреждения, структурного подразделения или территориального органа, а также иного государственного органа, уполномоченного осуществлять производство по делам об административных правонарушениях (за исключением судебного пристава-исполнителя), составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ, в соответствии с которой неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

В соответствии с пунктом 7 статьи 21 Федерального закона от 02.10.2007г. №229-ФЗ «Об исполнительном производстве» постановление о наложении штрафа может быть предъявлено к исполнению в течение двух лет со дня их вступления в законную силу.

В соответствии с частью 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу, либо суд в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статье 31.1 КоАП РФ 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.

<...> (Должностное лицо)