

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 054/05/5-10/2022

«31» марта 2022 г.

г. Новосибирск.

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

...

рассмотрев дело № 054/05/5-10/2022, возбужденное по факту распространения в социальной сети Instagram.com в режиме просмотра «историй» пользователей информации с признаками нарушения Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

в отсутствие:

- заявителя – физическое лицо (не явился);

- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: ИП Епанешников А.В. (ОГРНИП <...>; не явился; уведомлен надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

В адрес Новосибирского УФАС России поступило заявление физического лица (вх. № 19471э от 08.11.21) по факту распространения в социальной сети Instagram.com в режиме просмотра «историй» пользователей ненадлежащей рекламы.

Как указывается в заявлении, на площадке Instagram.com в режиме просмотра «историй» пользователей есть рекламные вставки, одна из них попалась заявителю, с рекламой компании по прокату оборудования для фото/видео, опубликованная ИП Епанешниковым А.В. (ОГРНИП <...>).

К заявлению приложен скриншот рассматриваемой рекламы, следующего содержания: *«sib.rental САМЫЙ БОЛЬШОЙ ВЫБОР ФОТО\ВИДЕО ТЕХНИКИ В НОВОСИБИРСКЕ»*.

По результатам рассмотрения заявления, Новосибирским УФАС России возбуждено настоящее дело, в результате рассмотрения которого установлено следующее.

В соответствии с п.1 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.

Объектом рекламирования может быть 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.

Товар, согласно п.3 ст.3 Закона «О рекламе», - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая информация является рекламой, поскольку полностью соответствует определению рекламы. Объектом рекламирования выступают услуги по прокату фото и видео техники.

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.

В соответствии с п. 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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 рассматриваемой рекламе присутствуют сведения «САМЫЙ БОЛЬШОЙ ВЫБОР».

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов: «самый», «дешевле», «лучший», «первый», «номер один», (список слов не ограничен) должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

В данном утверждении присутствует словосочетание «самый большой», которое обретает количественную форму в контексте с указанием места «В НОВОСИБИСКЕ». То есть в данной рекламе имеет место сравнительная характеристика.

Каких-либо указаний на критерии оценки, а также результаты исследований, позволяющих сделать вывод о самом большом выборе фото\видео техники в Новосибирске, рассматриваемая реклама не содержит.

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает п.1 ч.3 ст. 5 Закона «О рекламе».

Ответственность за нарушение требований п.1 ч.3 ст.5 Закона «О рекламе» несет рекламодатель (ч. 6 ст.38 Закона «О рекламе»).

Как указывается заявителем, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП Епанешников А.В. (ОГРНИП <...>). В соответствии с информацией, указанной на странице аккаунта социальной сети Instagram <...> данная страница

принадлежит Епанешникову Анатолию. На данной странице в разделе «о себе» (под именем пользователя) содержится ссылка: *Рентал в Новосибирске @<...>* ведущая на страницу <...> Данная страница принадлежит лицу *sibrental* и носит наименование «Аренда фото-видео Новосибирск».

Таким образом, ИП Епанешников А.В. (ОГРНИП <...>) является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

13.01.2022г. в ответ на запрос Новосибирского УФАС России ИП Епанешников А.В. представил пояснения (вх. № 442э), согласно которым ИП Епанешников А.В. занимается арендой фото-видео техники в Новосибирске. Страница в инстаграмм <https://www.instagram.com/sibrental/> оформлена на ИП Епанешникова А.В. и создана для удобного выбора и поиска техники клиентами. Наполнением страницы ИП Епанешников А.В. занимается лично.

По факту указания выражения «САМЫЙ БОЛЬШОЙ ВЫБОР ФОТО/ВИДЕО ТЕХНИКИ В НОВОСИБИРСКЕ» ИП Епанешников А.В. отмечает, что у него выложено в инстаграмм 170 позиций именно фото и видео техники, когда у более-менее крупных конкурентов в основном кинооборудование, что не является фото-видео техникой т.к. принадлежит к более дорогому сегменту рынка киноиндустрии. Много дополнительной техники имеется в офисе, которая не выложена на странице инстаграмм и предлагается в офисе по адресу Урицкого 34. На странице в инстаграмм выложены только популярные позиции.

Также ИП Епанешников А.В. отмечает, что у него широко представлены бренды, которых нет у большинства конкурентов, например, самый большой выбор камер и объективов бренда «Sony», самый большой выбор накамерных вспышек, самый большой выбор экшн-камер бренда «GoPro» и креплений к ним, самый большой выбор переходников для объективов под разные бренды камер.

Документального подтверждения данных тезисов ИП Епанешниковым А.В. не представлено.

При этом, как отмечалось выше, реклама не должна содержать недостоверные сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами. Каких-либо указаний на критерии оценки, а также результаты исследований, позволяющих сделать вывод о самом большом выборе фото\видео техники в Новосибирске, рассматриваемая реклама не содержит. Совместный анализ законодательства о рекламе, позиции ВАС РФ, отраженной в указанном выше Постановлении Пленума, позволяют сделать однозначный вывод, что использование в рекламе слов и выражений превосходной степени (лучший, первый, номер один, самый большой, и пр.) возможно только при наличии соответствующего исследования, подтверждающего данное обстоятельство. А также при указании соответствующего критерия оценки.

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

Таким образом, ИП Епанешников А.В. своими действиями нарушил требования п.1 ч.3 ст.5 Закона «О рекламе».

Рассмотрев материалы дела, 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 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать информацию, распространенную в ноябре 2021 г. в социальной сети Instagram.com в режиме просмотра «историй», следующего содержания: *«sib.rental САМЫЙ БОЛЬШОЙ ВЫБОР ФОТО\ВИДЕО ТЕХНИКИ В НОВОСИБИРСКЕ»*, ненадлежащей рекламой,

а ИП Епанешникова А.В. (ОГРНИП <...> нарушившим требования **п. 1 ч.3 ст.5 Закона «О рекламе»**, согласно которому 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.

2. Выдать ИП Епанешникову А.В. предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

- 3 .Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено «07» апреля 2022 г.

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