Исх. №АР-08/14580 от 27.09.2019 года

Я, Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан, <…> – (должностное лицо), рассмотрев материалы дела в отношении ИП Багирова <…> по факту распространения рекламы с текстом: «Самая лучшая пицца и шаурма на углях Татарстана» и «Шаурма №1», что имеет признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛ:

В ходе проведения государственного надзора в сфере рекламы Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) был установлен факт распространения звуковой рекламы с текстом: «Самая лучшая пицца и шаурма на углях», а также был установлен факт использование рекламной вывески с текстом: «Шаурма №1» по адресу: город Казань, улица Татарстан 9в, что имеет признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

В ходе дальнейшего мониторинга, Управлением было установлено, что предпринимательскую деятельность по адресу город Казань, улица Татарстан 9в осуществляет ИП Багиров <…>.

Вышеуказанная реклама «Самая лучшая пицца и шаурма на углях» и «Шаурма №1» может вводить потребителей в заблуждение относительно преимущества рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. N38-ФЗ «О рекламе» недобросовестной признается реклама, содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «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.

Звуковая реклама с текстом: «Самая лучшая пицца и шаурма на углях Татарстана» имеет признаки нарушения закона «О рекламе» в части содержания некорректного сравнения с аналогичными услугами иных хозяйствующих субъектов и (или) индивидуальных предпринимателей путем использования обозначений «лучшая», «самая лучшая» без указания конкретных характеристик и (или) параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, а также без указания ссылок на анализы и исследования, подтверждающие превосходство данного места реализации товара перед другими субъектами, осуществляющие аналогичную деятельность.

Рекламная вывеска «Шаурма №1» имеет признаки нарушения закона «О рекламе» в

части содержания некорректного сравнения с аналогичными услугами иных хозяйствующих субъектов и (или) индивидуальных предпринимателей путем использования обозначений «№1» без указания конкретных характеристик и (или) параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, а также без указания ссылок на анализы и исследования, подтверждающие превосходство данного места оказания услуг перед другими субъектами, осуществляющие аналогичную деятельность.

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

В соответствии с частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с письмом ФАС России от 30.09.2011 г. №АК/37027, к некорректному сравнению относятся случаи, когда делается вывод о превосходстве одного товара над другим, однако конкретные характеристики сравниваемых товаров не указываются. При этом в рекламе может приводиться, как сравнение рекламируемого товара с конкретным другим товаром, так и сравнение рекламируемого товара со всеми иными товарами путем использования «самый лучший», «№1». В отсутствии указания критерия такого сравнения создается впечатление, что рекламируемая услуга обладает заявленным преимуществом по всем критериям. Однако, данный вывод достоверен только в отношении одного или нескольких критериев, но не всех. Отсутствие в рассматриваемой рекламе существенной информации о том, что услуга является лучшей на территории, а именно, в России, искажает смысл рекламы и вводит в заблуждение потенциальных клиентов. Таким образом, для того, чтобы использовать в рекламе конструкции «лучший», «первый», «номер один» и т.д. необходимо привести конкретный критерий, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Учитывая вышесказанное, рассматриваемая реклама содержит признаки недостоверности, а именно не даёт точной информации о преимуществах (цена) рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктами 1 и 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама – 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.

Ввиду изложенного и на основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», а также в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

Возбудить производство по делу №016/05/5-1575/2019 по признакам нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе».

Назначить дело №016/05/5-1575/2019 к рассмотрению на 09 октября 2019 года в 11 ч. 30 мин. по адресу: г. Казань, ул. Московская, д.55, 2-й этаж, зал заседаний.

Признать лицом, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе ИП Багирова <…>.

4. ИП Багирову в срок до 07 октября 2019 года (включительно) представить в Татарстанское УФАС России надлежащим образом заверенные копии следующих документов и материалов (на электронную почту <…> с дублированием <…>) согласно следующему перечню:

- свидетельство о государственной регистрации ИП;

документы, подтверждающие личность (паспорт);

информация о видах деятельности осуществляемых Багировым в 2017, в 2018, в 2019 г., с указанием объемов осуществляемых услуг, реализованных товаров, выполненных работ, в стоимостном (руб.) и натуральном выражении (шт. объем и т.п.), информацию о местах осуществления каждого вида деятельности (адреса осуществления деятельности) с приложением подтверждающих документов;

договоры на изготовление и распространение звуковой рекламы с текстом: «Самая лучшая пицца и шаурма на углях», а также договоры на изготовление и распространение рекламы с текстом: «Шаурма №1»;

информация об изготовителе вышеуказанной рекламы;

сведения о лице, утвердившем указанную рекламу, письменные пояснения данного лица;

В случае если какие-либо пункты не реализованы (отсутствуют), указать мотивированную причину отсутствия данных документов или сведений.

При подготовке ответа на данный запрос, просим формировать ответ попунктно, согласно списку запрашиваемой информации, а также в сопроводительном письме необходимо указать ссылку на исходящий номер <...> указанный в левом верхнем углу первой страницы запроса.

Непредставление в установленный срок сведений по требованию антимонопольного органа, либо представление заведомо недостоверных сведений (информации) влечёт наложение административного штрафа, предусмотренную частью 5 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, на граждан в размере от одной тысячи пятисот до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц – от десяти тысяч до пятнадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от пятидесяти тысяч до пятисот тысяч рублей.

5. Явка лица в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

<…> (должностное лицо)