



У П Р А В Л Е Н И Е Ф Е Д Е Р А Л Ь Н О Й А
П О Р Е С П У Б Л И К Е К О М И
О П Р

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № Р 13-04/18 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

20 апреля 2018 года

№ 03-01/2837

Сыктывкар

ООО «ТТ»

167023, Республика Коми,

г. Сыктывкар,

ул. Морозова, д. 115, кв. 62

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее - Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, <...> Коми УФАС России, рассмотрев материалы по обращению <...> (далее - <...>, заявитель) от 12.03.2018 (вх. А-53 от 13.03.2018) по факту распространения рекламы с признаками нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило обращение <...> от 12.03.2018 (вх. А-53 от 13.03.2018) о нарушении законодательства о рекламе.

Заявитель указывает, что 12 марта 2018 года на фуд-корте в месте нахождения кафе быстрого питания «Али-баба» в ТЦ «Парма» (г. Сыктывкар) на плакате размещена надпись «Лучшая шаурма здесь». По мнению заявителя, данная реклама является недобросовестной, т.к. содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Заявителем приложена фотография плаката с надписью «ЛУЧШАЯ ШАУРМА здесь» с изображением стрелки, указывающей направление к кафе быстрого питания «Али-Баба», размещенной на рекламном плакате, расположенном на фудкорте в месте нахождения кафе быстрого питания «Али-баба» в торгово-развлекательном центре «Парма», находящемся по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая, д. 50.

В результате рассмотрения материалов обращения установлено следующее.

В соответствии со 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.

Указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения на плакате на фуд-корте в месте нахождения кафе быстрого питания «Али-баба» в ТЦ «Парма»;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: шаурме в кафе быстрого питания «Али-баба», формирование или поддержание интереса к ней и её продвижение на рынке.

Таким образом, информация, распространенная посредством размещения на плакате на фуд-корте в месте нахождения кафе быстрого питания «Али-баба» в ТЦ «Парма», является рекламой.

В силу ч. 1 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.

В силу п. 3 ст. 3 Закона о рекламе товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно разъяснениям ФАС России № АК/92163/17 от 27.12.2017 «О разграничении понятий вывеска и реклама» не является рекламой размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте её нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

Кроме того, указание в месте нахождения организации профиля её деятельности (аптека, кондитерская, ресторан) либо ассортимента реализуемых товаров и услуг (хлеб, продукты, мебель, вино, соки), может быть признано обычаям делового оборота, соответственно, на конструкции с такой информацией нормы Закона о рекламе не распространяются.

Вместе с тем, законодательство, в том числе статья 9 Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» не содержит указания на то, что информация о характеристиках реализуемых товаров, о проводимых организацией акциях и/или скидках или лозунги, слоганы являются обязательными к размещению на вывесках.

Следовательно, конструкции, содержащие информацию о характеристиках реализуемых товаров, о проводимых организацией акциях, и/или скидках, либо различные лозунги, слоганы, либо иную информацию об определенном лице или товаре, не обязательную к размещению, могут быть расценены как вывески, содержащие сведения рекламного характера, и на такие конструкции распространяются требования Закона о рекламе, в том числе в случае их размещения в месте нахождения организации.

Различительным признаком недобросовестной рекламы является ее некорректность. К способам проявления данной формы ненадлежащей рекламы следует относить сравнения, содержание которых составляют ошибочные, основанные на неправильном расчете, исходящие из неверных предпосылок, неправильные, не соответствующие правилам корректности и требованиям, предъявляемым к достоверности, сведения о товарах.

Согласно разъяснениям ФАС России № АК/5810/14 от 20.02.2014 при

использовании в рекламе каких-либо сравнительных характеристик, которые указывают на превосходство товара над товарами иных производителей («лучший», «№1» и пр.), должны быть указаны те конкретные критерии, по которым осуществляется сравнение, то есть в рекламе обязательно должно содержаться обоснование данного утверждения. Отсутствие в рекламе такого обоснования рассматривается как приведение сравнения с приведенной в рекламе характеристикой товара по любому критерию.

Использованные в рекламе конкретные критерии, по которым осуществляется сравнение, должны быть достоверными, иначе в такой рекламе могут усматриваться признаки нарушения Закона о рекламе.

Пленум ВАС РФ в пункте 9 Постановления от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал, что при анализе информации, содержащейся в рекламе, судам необходимо иметь в виду, что рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся. Суды должны учитывать, что 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. Поэтому реклама может быть признана недостоверной и в том случае, когда сведения, не соответствующие фактическим обстоятельствам, касаются деятельности (товара) конкурентов.

Целью некорректного сравнения является создание негативного образа конкурентов и реализуемой ими продукции. При некорректном сравнении отсутствует критерий сравнения либо он неясный, неточный, используются слова и лексические приёмы с отрицательной окраской.

В рассматриваемой рекламе указано: «**Лучшая** шаурма здесь», и поскольку отсутствует объективное подтверждение с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, то усматриваются признаки нарушения требований, установленных п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе.

Специалистами Коми УФАС России 16.03.2018 был произведён выход на место с целью установления фактического нахождения рассматриваемой рекламы, о чем составлен соответствующий акт.

Кроме того, специалистами Коми УФАС России был произведён акт осмотра Интернет-сайта кафе быстрого питания «Али-баба» по адресу https://vk.com/ali_babab1, из которого следует, что плакат с рекламой «Лучшая шаурма здесь» на фуд-корте в месте нахождения кафе быстрого питания «Али-баба» в ТЦ «Парма» был размещён 09.02.2018, 12.01.2018. В

некоторых фотографиях сделан акцент именно на записи «Лучшая шаурма здесь».

Вместе с тем, в рассматриваемой рекламе не содержатся конкретные критерии, по которым осуществляется сравнение, и которые имеют объективное подтверждение.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения требований, установленных п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе, несёт рекламодатель.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе, рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч. 6 настоящей статьи, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из материалов обращения следует, что лицом, осуществляющим деятельность в кафе быстрого питания «Али-баба» является ООО «ТТ». Согласно выписке ЕГРЮЛ, размещенной на официальном сайте ФНС России по адресу <https://egrul.nalog.ru/>, среди основного и дополнительных видов деятельности ООО «ТТ» указаны: деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания; торговля розничная вне магазинов, палаток, рынков; деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания; деятельность предприятий общественного питания по прочим видам организации питания; подача напитков.

Из имеющихся материалов усматривается, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «ТТ».

На основании изложенного, руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1, 2 ст. 36 Закона о рекламе, п. 20, 24 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.25 Административного

регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № Р 13-04/18 по признакам нарушения п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

2.1. заявителя;

2.2. лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, – ООО «ТТ», адрес места нахождения: 167023, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Морозова, д. 115, кв. 62.

3. Назначить дело № Р 13-04/18 к рассмотрению **на 17 мая 2018 года на 14 часов 10 минут** по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А.

4. **ООО «ТТ» в срок не позднее 15 мая 2018 года** представить следующие надлежащим образом заверенные копии документов и письменную информацию:

4.1. О рекламодателе, рекламодателе и рекламопроизводителе рассматриваемой рекламы, размещённой на фуд-корте в месте нахождения кафе быстрого питания «Али-баба» в ТЦ «Парма» (г. Сыктывкар), - с указанием по каждому такому лицу: полного наименования, адреса места нахождения, Ф.И.О. руководителя, номеров тел./факса – для юридических лиц; Ф.И.О., адреса места регистрации - для физических лиц.

4.2. Копии всех документов со всеми изменениями, дополнениями и приложениями (в том числе, приказов, распоряжений, заявок, договоров, счетов, счетов-фактур, платежных поручений, актов выполненных работ), опосредующих производство, размещение и распространение рекламы, указанной в пункте 4.1 настоящего определения.

4.3. Письменные пояснения каждого последовательно совершенного действия, направленного на производство, размещение и распространение рекламы, указанной в пункте 4.1 настоящего определения.

4.4. Поясняющие, кто определил содержание рекламы, указанной в пункте 4.1 настоящего определения, её наполнение, кем, когда и каким образом

одобрена (утверждена, согласована) реклама, в случае, если реклама не утверждалась и не согласовывалась, представьте соответствующую поясняющую письменную информацию с указанием причин непринятия мер по согласованию.

4.5. О периоде распространения рекламы, указанной в пункте 4.1 настоящего определения, с указанием дат начала и окончания распространения; если распространение продолжается на дату представления ответа – с указанием соответствующей поясняющей информации и даты начала распространения.

4.6. О территории (укажите субъекты Российской Федерации) распространения рекламы, указанной в пункте 4.1 настоящего определения.

4.7. Поясняющие, что подразумевается под фразой «Лучшая шаурма здесь», с приложением имеющихся доказательств соответствия действительности указанной информации.

4.8. О причинах размещения рекламы, указанной в пункте 4.1 настоящего определения, без учета требований пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе.

4.9. Копию устава ООО «ТТ» со всеми изменениями, дополнениями и приложениями на дату настоящего Определения.

4.10. О должностном лице ООО «ТТ», ответственном за контроль соблюдения Обществом законодательства о рекламе по состоянию на 12.01.2018, 09.02.2018, 12.03.2018, 16.03.2018, с приложением копий приказа о назначении на должность, должностной инструкции, служебного контракта (договора, соглашения) со всеми дополнениями, изменениями на дату представления документов, и указанием сведений о фактическом месте жительства должностного лица.

4.11. Письменные объяснения должностного лица, указанного в пункте 4.10 настоящего Определения, поясняющие обстоятельства распространения рассматриваемой рекламы в нарушение п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе, в том числе входил ли в должностные обязанности указанного должностного лица контроль за соответствием распространяемого рекламного материала требованиям рекламного законодательства в период распространения рассматриваемой рекламы, со ссылкой на должностную инструкцию.

5. **ООО «ТТ»** обеспечить явку руководителя (с паспортом и документами, удостоверяющими служебное положение) и (или) представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела, либо сообщить о возможности рассмотрения дела в отсутствие представителя ООО «ТТ» **в срок до 15.05.2018**, предварительно по факсу (8212) 21-41-29 или на электронный адрес: tol1@fas.gov.ru и направить такое обращение по почте.

6. **Заявителю** (с паспортом) явиться лично и (или) обеспечить явку представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела, либо сообщить о возможности рассмотрения дела в свое отсутствие **в срок до 15.05.2018**, предварительно по факсу (8212) 21-41-29 или на электронный адрес: tol1@fas.gov.ru и направить такое обращение по почте.

Примечание:

При ответе на настоящее определение необходимо соблюдение нумерации пунктов, по приложениям необходимо указать, к какому пункту определения они прилагаются, с указанием номера пункта.

В случае отсутствия документов и письменной информации по отдельным пунктам настоящего определения, укажите на их отсутствие с пояснением причин отсутствия и указанием источника, где запрашиваемое может быть получено.

Представленное на определение должно быть подписано уполномоченным лицом, прилагаемые копии надлежащим образом заверены, подтверждена их достоверность и полнота.

В соответствии с ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) - влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей.

Председатель комиссии <...>