

■
■ **возбуждении дела № 012/05/5-452/2021**
■ **признакам нарушения законодательства о рекламе**
■

«21» мая 2021 года
Ола

г. Йошкар-

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, заместитель руководителя – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России, рассмотрев материалы по факту распространения рекламы «Титан 24/7 покупайте с гарантией СУПЕР низкие цены!»,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл в целях осуществления полномочий по контролю за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе на основании статьи 34 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» проведен мониторинг наружной рекламы, в ходе проведения, которого установлен факт размещения по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Строителей, д. 1 «б» рекламы следующего содержания:

В соответствии со статьей 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.

Так, согласно статье 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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 является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара. Независимо от формы или используемого средства распространения реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических

средств непосредственно в момент ее представления именно как рекламы. Тем самым признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

В пункте 2 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена (письмо ФАС России от 05 апреля 2007 года исх. № АЦ/4624).

Спорная информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, так как распространена при помощи рекламной конструкции, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – услуги, предоставляемые ООО.

По смыслу статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной.

При этом 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 (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

В рассматриваемой рекламе используется словосочетание «СУПЕР низкие цены». При этом, данная информация не содержит критериев, по которому осуществляется сравнение.

Пунктом 29 Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, 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.

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.

Реклама влияет на мотивацию потребителя при выборе товара и побуждает людей совершать определенные действия в отношении объекта рекламирования, при этом реклама воспринимается потребителем буквально. 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.

При этом приставка «супер» образует прилагательные со значением высокой степени признака (О., С.И. Толковый словарь русского языка: Ок. 100000 слов, терминов и фразеологических выражений / О. – М.: АСТ, 2018. – 319 с.).

Таким образом, в рекламе не допускается использование информации не соответствующие действительности и аналогичных сведений о преимуществах рекламируемого товара.

Вместе с тем, используя словосочетания «СУПЕР низкие цены» ООО противопоставляет себя другим хозяйствующим субъектам.

В данном случае при оценке текста размещенной рекламы действующему законодательству Марийское УФАС России приходит к выводу о том, что в спорной рекламе приводятся не обладающие достоверностью сведения о «супер низких ценах» - над такими же услугами (товарами) иных хозяйствующих субъектов, что может вызвать неверные представления у потребителей относительно объекта рекламирования и негативно повлиять на выбор товаров того или иного производителя или продавца товара.

Также, общее восприятие рекламы вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку преимущества рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами не находят подтверждения превосходства товара в тексте рекламы.

02 апреля 2021 года состоялось заседание Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Управлении антимонопольной службы по Республике Марий Эл, на котором 3 из 5 экспертов сошлись на

мнении, что в рекламе недопустимо использование словосочетания «супер низкие цены» без указания конкретных критериев, на основании которых делается данный вывод, а также данное словосочетание имеет сравнительные характеристики объекта рекламирования, а следовательно, данная реклама содержит признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе». Также было установлено, что критерии, которые бы имели объективное подтверждение, по которому осуществлялось бы сравнение цены, в рекламе не приведены. Так, в рекламе отсутствует указание, на какие именно товары распространяется такая цена.

На основании изложенного, Марийское УФАС России приходит к выводу, что в действиях ООО содержатся признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В силу части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из содержания рекламы следует, что она направлена на продвижение услуг, оказываемых ООО, и распространяется в месте осуществления деятельности общества.

Таким образом, ООО является рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 24,25 Постановления Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе»,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 012/05/5-452/2021 по

признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицом, участвующим в деле, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе – ООО

3. Назначить дело № 012/05/5-452/2021 к рассмотрению на **18 июня 2021 года в 11 часов 00 минут** в помещении Марийского УФАС России, по адресу г. Йошкар-Ола, ул. Волкова, д. 164.

4. Явка представителей лиц, участвующих в деле (с надлежащим образом оформленной доверенностью) обязательна.

5. ООО **в срок до 15 июня 2021 года** представить в Марийское УФАС России следующие документы и сведения:

1) кто является рекламодателем, рекламораспространителем, рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы в соответствии со статьей 3 Закона о рекламе;

2) указать, считает ли ООО, что рассматриваемая реклама является ненадлежащей и противоречит требованиям п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе». Представить мотивированную позицию;

3) кем были изготовлены и разработаны макеты спорной рекламы? Представить всю имеющуюся у Вас информацию, в том числе договоры оказания услуг и документы, подтверждающие их исполнение;

4) копию заявок на изготовление/размещение рассматриваемой рекламной информации;

5) копии договоров на распространение рассматриваемой рекламы;

6) иные сведения и документы, имеющие отношение к рассматриваемому вопросу.

Все затребованные документы должны быть оформлены в соответствии с требованиями делопроизводства, подписаны должностным лицом и заверены печатью. В случае невозможности представления документов в указанные сроки просим направить их по факсу: 8(8362)56-60-56 либо по электронной почте fo12@fas.gov.ru, с последующим направлением по почте.

В случае отсутствия названных документов представить письменное объяснение причины их отсутствия.

Примечание:

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) согласно части 6 статьи 19.8 КоАП РФ 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.

Обращаем внимание, что пропуск в здание Марийского УФАС России ограничен: при входе необходимо иметь при себе средства индивидуальной защиты (медицинская маска, одноразовые перчатки).

Также сообщаем, что возможность участия в составлении протокола будет организована посредством удаленного доступа по ссылке <https://fas1.tconf.rt.ru/c/0302130478>.

Подключение к конференции возможно в том числе со смартфона или планшета под управлением операционной системы Android или iOS.