

октября 2020 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Резолютивная часть решения объявлена 15 октября 2020 года.

Сессия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

рассмотрев дело № 058/05/5-686/2020 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Торговый Дом «Кувака и К» по факту распространения в сентябре 2020 года на радио «Европа плюс Пенза» (103.8 FM) рекламы воды «Кувака» со слоганом «Лучшая вода России», содержащей признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

В адрес Пензенского УФАС поступило обращение физического лица о наличии признаков нарушения законодательства о рекламе при размещении в сентябре 2020 года на радио «Европа плюс Пенза» (103.8 FM) рекламы воды «Кувака» со слоганом «Лучшая вода России».

Сессией Пензенского УФАС России определением от 30.09.2020 по факту распространения рекламы с использованием слогана «лучшая вода России» на частоте 103.8 FM радио «Европа плюс Пенза», возбуждено дело № 058/05/5-686/2020 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 «О рекламе». Рассмотрение дела назначено на 15.10.2020. К участию в деле привлечены в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечено ООО ТД «Кувака и К». В ходе рассмотрения дела №058/05/5-686/2020 установлены признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В материалах дела имеются письменные пояснения ООО ТД «Кувака и К» (от 09.10.2020 № 05), в которых факт нарушения законодательства о рекламе не отрицается. Рекламный ролик со слоганом «лучшая вода России» был отправлен Обществом для трансляции на радио «Европа плюс Пенза» ошибочно.

На основании представленных документов, Комиссия пришла к следующему выводу:

В сентябре 2020 года на частоте 103.8 FM радио «Европа плюс Пенза» распространялась информация следующего содержания:

«... из глубины времен, из недр земных попадает к нам на стол природная вода «Кувака». Лучшая вода России на вашем столе. Здоровье, бодрость и успех в вашей жизни. «Кувака» - природная вода. Единая служба доставки природной воды «Кувака» 97-00-

ответствии со статьёй 3 Федерального закона «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

- назначаться для неопределенного круга лиц;

- привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

- способствовать продвижению объекта рекламирования на рынке.

Неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее выделены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны взаимоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Информация о воде «Кувака» со слоганом «лучшая вода России», распространяющаяся на частоте 103.8 FM радио «Европа плюс Пенза», содержит все выделяющие правовые признаки рекламы, позволяющие квалифицировать ее именно в этом качестве и отличить от информации нерекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели рекламирования: формирует и поддерживает интерес к объекту рекламирования (воде «Кувака») и способствует их продвижению на рынке аналогичных услуг (по этому характеру разовым предложением не является) следовательно, является рекламой.

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

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 ФЗ «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 соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 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.

Наличие в рекламе выражения «лучшая вода России» указывает на наличие признаков нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в рекламе, содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями

реализуются другими продавцами.

Согласно пункту 9 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами федерального закона «О рекламе» (далее – Постановление), необходимо учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускается сравнение, основанное на несопоставимых категориях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

Исходя из указанной позиции, а также статьи 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 № 5-ФЗ «О защите конкуренции», письма ФАС России от 24.12.2015 № ИА/74666/15, некорректным сравнением следует понимать сравнение хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другими хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) товарами, в том числе:

сравнение с другими хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром с использованием слов «лучший», «первый», «номер один», «самый», «только», «уникальный», иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, а в случае, если утверждения, содержащие указание слова, являются ложными, вымышленными или искаженными;

сравнение с другими хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в котором отсутствует указание конкретных сравниваемых характеристик или параметров либо результаты сравнения не могут быть объективно проверены;

сравнение с другими хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, связанное исключительно на незначительных или несопоставимых фактах и содержащее негативную оценку деятельности хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товара.

Указанная позиция законодателя и антимонопольного органа соотносится с принципами добросовестной конкуренции и достоверности сообщаемых сведений о производителях, их товарах, работах и услугах в рекламе, запретом на использование в отношении и потребителей, и конкурентов (конкретных или определенных) недобросовестных способов привлечения внимания к объекту рекламирования.

Таким образом, некорректное сравнение может быть осуществлено как с конкретным хозяйствующим субъектом-конкурентом (товаром, работой, услугой), так и в отношении неограниченного круга хозяйствующих субъектов-конкурентов и (или) их товаров.

Использование в рекламе выражения «лучшая вода России» направлено на распространение позитивной информации в отношении воды «Кувака» путем некорректного сравнения с другими компаниями по производству питьевой воды, с акцентированием на неподтвержденные непосредственно в тексте преимущества рекламируемых товаров.

Указанное в рекламе сравнение по своей форме некорректно, в нем не

линаются сравниваемые параметры, а следовательно, и достоверность такого знания не может быть объективно проведена.

амодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, рые относятся к его собственной деятельности (товару), но и тех сведений, рые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом амирования не являющихся.

еуказанная реклама ассоциируется с определенным товаром и его хтеристиками. Размещение данной рекламы преследует цель привлечения ания потребителей к конкретному объекту рекламирования – воде «Кувака», с анием в содержании сведений о преимуществе рекламируемого товара - шая вода России», являющихся характеристикой в превосходной степени.

держании вышеуказанной рекламы использована сравнительная характеристика экта рекламирования с иными товарами (услугами), путем употребления слова шая», без наличия документального подтверждения достоверности указанного знания.

асно пункту 29 Постановления, использование в рекламе сравнительной хтеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем ребления слов «лучший», «первый», «номер один» должно производиться с анием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который эт объективное подтверждение.

тому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться остоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о муществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, товленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

льзование в рекламе словосочетания «лучшая вода России» напрямую тиворечит вышеприведенной норме.

рдя из вышеизложенного, используемое в рекламе словосочетание «лучшая вода сии», также указывает на наличие в рекламе признаков нарушения пункта 1 части 3 ьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в рекламе, содержащей не ветствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого ра перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими товителями или реализуются другими продавцами, в силу отсутствия каких-либо ретных критериев сравнений и объективных подтверждений.

сновании вышеизложенного Комиссия Пензенского УФАС России приходит к ду о наличии в рекламе воды «Кувака» со слоганом «лучшая вода России», лещенной в эфире радиостанции «Европа плюс Пенза» на частоте 103.8 FM, факта шения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

асно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая ованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

асно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за лшение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 настоящего закона несет амодатель.

ответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодаделец – это изготовитель продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) размещение рекламы лицо.

рекламодателем вышеуказанной рекламы является ООО ТД «Кувака и К», что подтверждается договором от 01.08.2020 №б/н с ЗАО «Телерадиокомпания «Наш дом» размещение рекламы в эфире радиостанции «Европа плюс Пенза».

Исходя из вышеизложенного, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, комиссия пришла к выводу, что ООО ТД «Кувака и К» нарушило требования пункта 1 и 2, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно статье 1 Закона о рекламе, целями данного закона являются развитие торговли товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно статье 33 Закона о рекламе предусмотрены полномочия антимонопольного органа осуществлять государственного надзора в сфере рекламы, в частности, направлять рекламодателям, рекламодателям, рекламодателям предписания для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В момент рассмотрения дела Комиссии Пензенского УФАС России доказательств нарушения требований пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в рекламе со слоганом «лучшая вода России», размещенной на частоте 3 FM радио «Европа плюс Пенза», ООО ТД «Кувака и К» представлено не было.

В связи с чем Комиссия Пензенского УФАС России считает целесообразным выдать предписание о прекращении нарушения требований пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, изготовителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей рекламу воды «Кувака» со слоганом: «лучшая вода в мире», распространяемую ООО «Торговый Дом «Кувака и К» (ИНН 5802004560; ОГРН 502031382) в сентябре 2020 года на частоте 108.3 FM радио «Европа плюс Пенза», поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать рекламодателю – ООО «Торговый Дом «Кувака и К» предписание о прекращении нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.