

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

О РЕКЛАМЕ

«29» июня 2017г.

г. Кемерово

<...> Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...>, <...> управления, рассмотрев материалы о размещении обществом с ограниченной ответственностью «Фокус» (ИНН 4205325350, ОГРН 116405057785, КПП 420501001, дата регистрации: 31.03.2016г., юридический адрес: 650070, г. Кемерово, пр. Молодежный, 4Г, далее – ООО «Фокус») рекламы, содержащей признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту - ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области поступило обращение <...> (вх. № 975э от 16.03.2017г.) о наличии признаков нарушения ФЗ «О рекламе» при распространении в вечернем новостном выпуске программы «Другие новости» рекламного сюжета о супермаркете «Бирма».

Кемеровским УФАС России была просмотрена представленная ГП КО ГТРК «Кузбасс» контрольная запись эфира телепрограммы «Другие новости» за 15.03.2017г.

При просмотре данной записи Кемеровским УФАС России установлено, что 15.03.2017г. в 19 часов 50 минут в эфире программы «Другие новости» распространялся рекламный ролик о супермаркете нового формата «Бирма», который сопровождался пометкой «реклама» следующего содержания:

- «Отменные и эксклюзивные напитки, свежая выпечка и блюда гриль, все это можно купить в супермаркете нового формата «Бирма»...Подробнее в нашем следующем сюжете...За этой дверью десятки самых лучших напитков со всех уголков мира. Отменные вкусы из Германии, Чехии, Великобритании... И конечно, самая вкусная и свежая закуска – мясо зайца, медведя, кабана и даже страуса...».

Согласно пункту 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.

Рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений,

которые относятся к его собственной деятельности (товару), но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся.

В данной рекламе отсутствует подтверждение того, что в супермаркете «Бирма» «самые лучшие напитки», а также «самая вкусная и свежая закуска». Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением должна считаться недостоверной.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими производителями или реализуются другими продавцами.

В указанной рекламе присутствует информация, содержащая сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями, без указания на конкретный критерий, по которому идет сравнение, что нарушает требования пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с помощью 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, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимание к которым направлена реклама.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 508 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе», информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителей верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

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

В данном случае в спорной рекламе приводятся не обладающие достоверностью сведения о превосходстве (преимуществе) объекта рекламирования – «самые лучшие напитки», «самая вкусная и свежая закуска» над такими же напитками и закуской иных хозяйствующих субъектов, что может вызвать неверные представления у потребителей относительно объекта рекламирования и негативно повлиять на выбор иного супермаркета.

Общее восприятие рекламы не содержит соответствующие действительности сведения, вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку преимущества рекламируемого супермаркета перед аналогичными не находят подтверждения превосходства товара в тексте рекламы.

Действующее законодательство в регулируемой сфере правоотношений исходит из того, что достоверность распространяемой рекламы с использованием утверждений в превосходной степени «самый» должна соответствовать реальной действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени, например утверждений о «самом», «лучшем», «абсолютном», «единственном» и т.п., действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодатель не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства. При этом использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

Таким образом, в вышеуказанной рекламе присутствует информация сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени «самый» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, что нарушает требования пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Из ответа ООО «Большая Медведица» (исх. б/н от 20.04.2017г.), представленного в адрес Кемеровского УФАС России следует, что через ООО «Большая Медведица» рекламный ролик о супермаркете «Бирма» не размещался.

Из ответа ГП КО ГТРК «Кузбасс» (исх. № 138 от 04.05.2017г.) следует, что в 2017г. вопросами распространения рекламы на телеканале «СТС – Кузбасс», в том числе поиском рекламодателей, заключением договоров на изготовление и/или размещение рекламы занимаются ООО «Большая Медведица» и ООО «Сибирский дом рекламы».

Кемеровским УФАС России в адрес ООО «Сибирский дом рекламы» был направлен запрос о предоставлении информации о рекламодателе вышеуказанного рекламного ролика.

30.05.2017г. в адрес Кемеровского УФАС России поступил ответ ООО «Сибирский дом рекламы» (исх. № 24 от 29.05.2017г.), из которого следует, что 19.04.2017г. между ООО «Сибирский дом рекламы» заключен договор № <...> с ООО «Фокус» на рекламно – информационное обслуживание на информационных ресурсах.

Переговоры о размещении ролика о супермаркете нового формата «Бирма» с ООО «Фокус» не осуществлялись, запросы не поступали.

Вместе с тем, Кемеровским УФАС России установлено, что в соответствии с представленной ГП КО ГТРК «Кузбасс» контрольной записью эфира, 15.03.2017г. в 19 часов 50 минут на телеканале «СТС – Кузбасс» в программе «Другие новости» распространялся рекламный сюжет о супермаркете «Бирма».

Также в рамках рассмотрения заявления физического лица (вх. № 3031 от 12.04.2017г.) Кемеровским УФАС России установлено, что деятельность в супермаркете «Бирма» осуществляет юридическое лицо – ООО «Фокус».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2, пунктом 1 части статьи 5 ФЗ «О рекламе», несёт рекламодатель.

В данном случае рекламодателем является ООО «Фокус»

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 61/Р-2017 в отношении ООО «Фокус» (ИНН 4205325350, ОГРН 116405057785, КПП 420501001, дата регистрации: 31.03.2016г., юридический адрес: 650070, г. Кемерово, пр. Молодежный, 4Г) по признакам нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Назначить дело № 61/Р-2017 к рассмотрению на 31 июля 2017 г. на 14 часов 00 минут по адресу: 650000, г. Кемерово, ул. Ноградская, д.5, каб. 309. (регистрация участников дела состоится в 13 часов 50 минут в каб. 316).

3. ООО «Фокус» необходимо представить в адрес Кемеровского УФАС России в срок до 30 июля 2017 года копии следующих документов (заверенных надлежащим образом):

- свидетельства о государственной регистрации юридического лица;
- договоров (со всеми приложениями, либо иных документов) на изготовление и размещение вышеуказанной рекламы с обязательным указанием периода размещения указанной рекламы;

В случае изготовления макета вышеуказанной рекламы иными организациями, представить договор на данный вид услуги с этими организациями;

- платежных документов (счетов - фактур, платежных поручений и иных документов), подтверждающих факт оплаты за изготовление и размещение вышеуказанной

рекламы.

Дополнительно ООО «Фокус» необходимо представить письменные пояснения по поводу размещения вышеуказанной рекламы, содержащей признаки нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Явка представителя ООО «Фокус» с доверенностью, оформленной надлежащим образом, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.