

## РЕШЕНИЕ

по делу № 036/05/5-711/2024 о нарушении законодательства РФ о рекламе

26 июля 2024 года город Воронеж

Резолютивная часть решения объявлена 24 июля 2024 года

Решение изготовлено в полном объеме 26 июля 2024 года

Комиссия Воронежского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Колмаков Р.В. - заместитель руководителя управления;

члены Комиссии: Капранчиков А.В. – начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции, Давыдова О.В. – ведущий специалист - эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции, рассмотрев дело №036/05/5-711/2024 по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем <...> (далее — ИП <...>), обществом с ограниченной ответственностью «БИСС» (394026, г. Воронеж, ул. Плехановская, 53) (далее - ООО «БИСС») пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального Закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – представителя ООО «БИСС» <...>, ИП <...>,

### УСТАНОВИЛА:

Воронежским УФАС России 10 апреля 2024 года в ходе осмотра объектов наружной рекламы (рекламных конструкций) выявлено распространение на рекламной конструкции (медиаэкран), расположенной по адресу: г. Воронеж, ул. Ленина, 12, информации следующего содержания: «АВТОРАДИО 103.4 FM №1 в России /.../».

Вышеуказанная информация транслировалась на медиаэкране наряду с иными информационными (рекламными) материалами. Продолжительность трансляции слайда составляет 10 секунд.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», объект рекламирования - 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.

Рассматриваемая информация в соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формированию или поддержанию интереса к нему и его продвижению на рынке (далее – рассматриваемая реклама).

Объектом рекламирования в указанной рекламе является «АВТОРАДИО».

10.06.2024 года в отношении ООО «БИСС», ИП <...> вынесено определение о возбуждении дела № 036/05/5-711/2024 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Рассмотрение дела

назначено на 11 часов 00 минут (мск) 09.07.2024 года.

09.07.2024 г. рассмотрение дела было отложено на 10 ч. 00 мин 24 июля 2024 г. (Определение об отложении рассмотрения дела № 036/05/5-711/2024 от 09.06.2024 г.).

Учитывая, что в срок, установленный пунктом 31 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, получение указанных доказательств невозможно, срок рассмотрения дела продлился до 10.09.2024 г.

22.07.2024 года ООО «БИСС» были предоставлены документы (рег. № 6229-ЭП/24). В письменном объяснении <...> ООО «БИСС» <...> сообщила следующее: «В соответствии с заключенным ООО «БИСС» с ИП <...> договором на «ПРОВЕДЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ И PR КАМПАНИЙ ПО ПОРУЧЕНИЮ «ЗАКАЗЧИКА» от 01.01.2024 г. без номера, ответственность за содержание и размещение спорной рекламы несет ИП <...>. ИП <...> не согласовывал с ООО «БИСС» производство и размещение спорного рекламного ролика. Производством ролика ООО «БИСС» не занималось. Вместе с тем, информирую, что фраза «Авторадио» № 1 в России, указанная в рекламном макете, полностью соответствует действительности. Эти данные подтверждены официальными данными компании Mediascope /.../».

22.07.2024 года ИП <...> были предоставлены документы (рег. № 6230-ЭП/24). В письменном объяснении ИП <...> сообщил следующее: «/.../ Я не проводил согласования производства и последующего размещения рекламного ролика с ООО «БИСС». Вместе с тем, информирую, что фраза «Авторадио» № 1 в России, указанная в рекламном макете, полностью соответствует действительности. Эти данные подтверждены официальными данными компании Mediascope /.../ Согласно данным исследований компании Mediascope, «Авторадио» лидирует для ежедневного охвата лиц 12+, за первое полугодие 2023 года, о чем и указано в рекламном макете. Информация в рекламном макете полностью соответствует действительности, является добросовестной и достоверной /.../».

Ознакомившись с материалами дела, изучив объяснения, документы, предоставленные ООО «БИСС», ИП <...>, Комиссия считает следующее.

Согласно предоставленным объяснениям ООО «БИСС», ИП <...>, Комиссия не усматривает в действиях ООО «БИСС» нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Федерального 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.

В соответствии с пунктом 29 постановления Пленума ВАС РФ «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «самый», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Данное объективное подтверждение может быть установлено победой в конкурсе, экспертным исследованием, независимой экспертизой, независимым опросом и т.д. 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.

В рассматриваемой рекламе, информация (со слов АВТОРАДИО 103.4 FM №1 в России) выполнена крупным шрифтом, в то время как информация о конкретном критерии, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение (не поддается прочтению), выполнена мелким шрифтом, нечитаемым без использования специальных средств.

Рассматриваемая информация транслировалась на электронном цифровом билборде наряду с иными информационными (рекламными) материалами.

Продолжительность трансляции рассматриваемой рекламы составляет 10 секунд. При этом электронный цифровой билборд расположен на крыше здания по адресу: г. Воронеж, площадь Ленина, 12, а расстояние, на которое может приблизиться потенциальный потребитель рекламы, составляет около 70 метров.

С указанного расстояния информация, распространяемая на электронном цифровом билборде, обзревается под прямым углом, что является наиболее удобным для потенциального потребителя.

При приближении к рекламной конструкции на расстояние от 40 до 30 метров, распространяемая информация обзревается под острым углом, что затрудняет прочтение и усвоение такой информации.

При приближении к рекламной конструкции на расстояние от 30 и менее метров, прочтение распространяемой информации практически невозможно, в силу особенностей расположения рекламной конструкции.

Комиссия отмечает, что высота, на которой расположена рекламная конструкция, посредством которой транслировалась спорная реклама, составляет не менее 15 метров.

Воронежским УФАС России при анализе рекламного макета установлено, что мелким шрифтом в рекламе была указана следующая информация: «ИСТОЧНИК ИССЛЕДОВАНИЕ RADIO INDEX РОССИЯ 100+ I ПОЛУГОДИЕ 2023 г ЕЖЕДНЕВНЫЙ ОХВАТ 12+ ЛЕТ Mediascore». Указанный текст, выполнен мелким красным шрифтом на красном фоне, содержание которого восприятию не поддается прочтению из-за демонстрации в течение 10 секунд, мелкого шрифта и конкретного расположения рекламной конструкции.

При этом, прочтению без затруднения за указанный десятисекундный период, поддается только надпись: «АВТОРАДИО 103.4 FM №1 в России /.../», выполненная в рекламе крупным шрифтом.

В ходе рассмотрения дела ИП <...>, были предоставлены данные в формате таблицы «Аудитория радиостанций в России», подготовленной АО «Медиаскоп» за период январь-июнь 2023 г. В данной таблице, радиостанции отранжированы в порядке убывания (география: Россия (города с населением 100 тыс. чел. и более), целевая группа: население в возрасте 12+ и старше, период: январь-июнь 2023) и радиостанция «Авторadio» стоит первой в списке радиостанций. При этом никаких дополнительных материалов исследований к таблице «Аудитория радиостанций в России» в материалы дела сторонами предоставлено не было.

Довод ИП <...> о том, что информация указанная в рекламе мелким шрифтом является критерием по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение (данные таблицы «Аудитория радиостанций в России»), Комиссией отклоняется, поскольку из буквального содержания информации, указанной мелким шрифтом в рекламе «ИСТОЧНИК ИССЛЕДОВАНИЕ RADIO INDEX РОССИЯ 100+ I ПОЛУГОДИЕ 2023 г ЕЖЕДНЕВНЫЙ ОХВАТ 12+ ЛЕТ Mediascore», не следует ссылка или указание на конкретный критерий по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение

информации, демонстрируемой в рекламе.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу о том, что в рассматриваемой рекламе отсутствует конкретный критерий, по которому осуществлялось сравнение радиостанций и который имеет объективное подтверждение информации, указанной в рассматриваемой рекламе.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В связи с тем, что на момент вынесения решения в материалах настоящего дела имеются доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы, Комиссия приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи ИП <...> предписания о прекращении нарушения Федерального закона «О рекламе».

Руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 40 - 48 «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24 ноября 2020 года № 1922, Комиссия,

#### **РЕШИЛА:**

**1.** Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «АВТОРАДИО 103.4 FM №1 в России /.../», распространенную на рекламной конструкции (медиаэкран), расположенной по адресу: г. Воронеж, ул. Ленина, 12, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

**2.** Не выдавать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе, в связи с прекращением распространения ненадлежащей рекламы.

**3.** Прекратить производство по делу № 036/05/5-711/2024 в отношении ООО «БИСС», ввиду отсутствия в действиях ООО «БИСС» признаков нарушения ФЗ «О рекламе».

**4.** Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Воронежского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 37 Федерального закона «О рекламе», решение антимонопольного органа может быть оспорено в арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения.

Председатель комиссии

Р.В. Колмаков

Члены комиссии:

А.В. Капранчиков

О.В. Давыдова