

**ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА** ООО «ИМИДЖ»

**УПРАВЛЕНИЕ
Федеральной антимонопольной
службы
по Псковской области**

д. Северик, 6 км автодороги Псков (от
Неелово)-Печоры тер., стр. 1.,
Логозовская волость с.п., Псковский
район, Псковская область, 180503

ул. Кузнецкая, 13, г. Псков, 180017

тел./факс (8112) 66-55-53

e-mail: to60@fas.gov.ru

№ _____

на № _____ от _____

РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ № 060/05/5-653/2021

Резолютивная часть решения оглашена "07" декабря 2021 г.

Решение изготовлено в полном объеме "13" декабря 2021 г.
Псков

г.

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

Заместитель председателя Комиссии:

<...> – заместитель руководителя - начальник отдела товарных рынков и естественных монополий Псковского УФАС России;

Члены Комиссии:

<...>. – главный специалист-эксперт отдела товарных рынков и естественных монополий Псковского УФАС России;

<...> – ведущий специалист-эксперт отдела контроля закупок, антимонопольного контроля органов власти и рекламы Псковского УФАС России,

рассмотрев дело № 060/05/5-653/2021 в присутствии представителя учредителя ООО «Имидж» (ИНН 6027087828, адрес: 180503, Псковская область, Псковский район, Логозовская волость с.п., д. Северик, 6 км автодороги Псков (от Неелово)-Печоры тер., стр. 1.) <...>

•

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы Псковской области установлен факт распространения в социальной сети Вконтакте рекламы диванов магазина https://vk.com/severik_mebel. Акт осмотра составлен 23.09.2021.

Согласно статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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.

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.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный

для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками: распространена в социальной сети Вконтакте; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечения внимания потребителей к услугам и товарам, предоставляемые соответствующим рекламодателем и осуществляемой им деятельности (товар и услуги, реализуемые магазином – «Северик»); объектом рекламирования выступают, в том числе товары – диваны, реализуемые магазином; целью распространения рекламы является увеличение спроса на рекламируемый товар.

Ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В силу п. 1 ч. 2 ст. 5 ФЗ Закона о рекламе недобросовестная реклама - реклама, содержащая некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с положениями Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»: 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.

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.

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.

В соответствии с п. 176 «ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения» (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 N 582-ст) ассортимент товаров: набор товаров,

объединенных по какому-либо одному или совокупности признаков (видам, классам, группам, моделям, размерам, цветам и/или иным признакам), предназначенный для продажи населению.

В тексте данной рекламы содержится фраза «самый большой выбор диванов в городе», что представляет собой утверждение о том, что выбор диванов в магазине «Северик» (ООО «Имидж») больше чем у остальных хозяйствующих субъектов осуществляющих аналогичную деятельность на территории г. Пскова. При этом в тексте рекламы не приводится фактического и документального обоснования вышеуказанного утверждения.

Сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов «лучший», «первый», «номер один», «самый», «только», «единственный», иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, является некорректным сравнением.

При этом, при наличии такого сравнение в форме использования слов в превосходной степени при отсутствии в рекламе прямого сравнения с конкретными товарами конкурентов (прямого их поименования), представляется возможным сделать вывод о том, что в рассматриваемом случае сравнение производится со всеми другими представленными на данном рынке лицами, осуществляющими аналогичную деятельность.

Между тем, словосочетание "Самый большой выбор диванов в городе" может восприниматься потребителем как наличие самого большого выбора диванов именно у ООО «Имидж» на территории г. Пскова, в том числе в сравнении с остальными хозяйствующими субъектами, осуществляющими реализацию диванов на территории г. Пскова.

Потребитель при выборе товара посредством восприятия рекламы принимает решение исходя из самой понятной и необходимой, в его понимании, информации. В большинстве случаев используемые в рекламной информации фразы трактуются рядовым потребителем рекламы буквально. Потребитель не имеет обязанности проведения анализа рекламы, проверки достоверности и достаточности заявленных в ней сведений.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных статьей 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с ответом ООО «Вконтакте» (Вх. №2017-р от 01.11.2021) Спорный рекламный материал был размещен в порядке, предусмотренным

Договором об оказании услуг, заключенным путем акцепта Заказчиком Оферты на заключение Договора на оказание рекламных услуг, размещенной в открытом доступе по адресу <http://vk.cc/oferta>, в соответствии с п. 3 ст. 438 Гражданского кодекса РФ (далее – Договор). Заказчиком по Договору является ООО «Имидж» (ИНН 6027087828, адрес: 180503, Псковская область, Псковский район, Логозовская волость с.п., д. Северик, 6 км автодороги Псков (от Неелово)-Печоры тер., стр. 1.).

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем вышеуказанной рекламы является ООО «Имидж» (ИНН 6027087828, адрес: 180503, Псковская область, Псковский район, Логозовская волость с.п., д. Северик, 6 км автодороги Псков (от Неелово)-Печоры тер., стр. 1.), как лицо, определившее объект рекламирования и осуществивший распространение рекламы посредством размещения в социальной сети Вконтакте на странице https://vk.com/severik_mebel рекламы мебели - диванов.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 - 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу диванов магазина https://vk.com/severik_mebel, распространенную в социальной сети Вконтакте, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «Имидж» не выдавать, в связи с устранением нарушения.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Псковского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Заместитель

председателя Комиссии

_____ <...>

Члены Комиссии:

_____ <...>

_____ <...>.