



У П Р А В Л Е Н И Е Ф Е Д Е Р А Л Ь Н О Й А
П О Р Е С П У Б Л И К Е К О М И
О П Р

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № Р 21-07/18 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

20 июля 2018 года

№ 03-01/5018

Сыктывкар

**Ассоциация наружной рекламы
Республики Коми**

Интернациональная ул.,
д. 119, офис 424,

г. Сыктывкар, 167000

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее - Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, <...>, рассмотрев материалы по обращениям Ассоциации наружной рекламы Республики Коми № 43/18 от 08.06.2018, № 44/18 от 09.06.2018, направленным письмом Прокуратуры Республики Коми № 25р-2018/48577 от 19.06.2018 (вх. № 3022 от 22.06.2018), по факту распространения рекламы с признаками нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о

рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступили обращения Ассоциации наружной рекламы Республики Коми № 43/18 от 08.06.2018, № 44/18 от 09.06.2018, направленные письмом Прокуратуры Республики Коми № 25р-2018/48577 от 19.06.2018 (вх. № 3022 от 22.06.2018).

В результате рассмотрения материалов обращений установлено следующее.

В фотографии, приложенной к вышеуказанным обращениям, усматриваются признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в связи с нижеизложенным.

Из текста, находящегося на приложенной к вышеуказанным обращениям фотографии рекламной конструкции, находящейся по адресу: <...> следует: «компания «Алло, окна» «Позвони нам, позвони!!!» ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ В ЭТОМ ГОРОДЕ Пластиковые окна, лоджии Алюминиевые офисные перегородки Рольставни, гаражные ворота Монтаж по ГОСТу Шоколадные условия для дилеров тел. <...>, <...>».

В соответствии со ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон 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.

Указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения на рекламной конструкции, находящейся по адресу: <...>;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: компании «Алло, окна», формирование или поддержание интереса к ней и её продвижение на рынке.

Таким образом, информация, распространенная посредством размещения на рекламной конструкции, находящейся по адресу: <...>, является рекламой.

В силу ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и

достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Различительным признаком недобросовестной рекламы является ее некорректность. К способам проявления данной формы ненадлежащей рекламы следует относить сравнения, содержание которых составляют ошибочные, основанные на неправильном расчете, исходящие из неверных предпосылок, неправильные, не соответствующие правилам корректности и требованиям, предъявляемым к достоверности, сведения о товарах.

Согласно разъяснениям ФАС России № АК/5810/14 от 20.02.2014 при использовании в рекламе каких-либо сравнительных характеристик, которые указывают на превосходство товара над товарами иных производителей («лучший», «№1» и пр.), должны быть указаны те конкретные критерии, по которым осуществляется сравнение, то есть в рекламе обязательно должно содержаться обоснование данного утверждения. Отсутствие в рекламе такого обоснования рассматривается как приведение сравнения с приведенной в рекламе характеристикой товара по любому критерию.

Использованные в рекламе конкретные критерии, по которым осуществляется сравнение, должны быть достоверными, иначе в такой рекламе могут усматриваться признаки нарушения Закона о рекламе.

Пленум ВАС РФ в пункте 9 Постановления от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал, что 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. Суды должны учитывать, что 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.

Целью некорректного сравнения является создание негативного образа конкурентов и реализуемой ими продукции. При некорректном сравнении отсутствует критерий сравнения либо он неясный, неточный, используются

слова и лексические приёмы с отрицательной окраской.

Специалистами Коми УФАС России 01.07.2018 был произведён выход на место с целью установления фактического нахождения рассматриваемой рекламы, о чем составлен соответствующий акт.

В рассматриваемой рекламе указано: «Лучшие цены в этом городе», при этом не содержатся конкретные критерии, по которым осуществляется сравнение, и которые имеют объективное подтверждение.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения требований, установленных п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе, несёт рекламодатель.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе, рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч. 6 настоящей статьи, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из имеющихся материалов усматривается, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...>.

На основании изложенного, руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1, 2 ст. 36 Закона о рекламе, п. 20, 24 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.25 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № Р 21-07/18 по признакам нарушения п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

2.1. заявителя - Ассоциацию наружной рекламы Республики Коми, адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 119, офис 424;

2.2. лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, – ИП <...>

3. Назначить дело № Р 21-07/18 к рассмотрению **на 20 августа 2018 года на 16 часов 00 минут** по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А.

4. **ИП <...> в срок не позднее 16 августа 2018 года** представить следующие надлежащим образом заверенные копии документов и письменную информацию:

4.1. О рекламодателе, рекламораспространителе и рекламопроизводителе рассматриваемой рекламы, размещённой по адресу: <...>, - с указанием по каждому такому лицу: полного наименования, адреса места нахождения, Ф.И.О. руководителя, номеров тел./факса – для юридических лиц; Ф.И.О., адреса места регистрации - для физических лиц.

4.2. Копии всех документов со всеми изменениями, дополнениями и приложениями (в том числе, приказов, распоряжений, заявок, договоров, счетов, счетов-фактур, платежных поручений, актов выполненных работ), опосредующих производство, размещение и распространение рекламы, указанной в пункте 4.1 настоящего определения.

4.3. Письменные пояснения каждого последовательно совершенного действия, направленного на производство, размещение и распространение рекламы, указанной в пункте 4.1 настоящего определения.

4.4. Поясняющие, кто определил содержание рекламы, указанной в пункте 4.1 настоящего определения, её наполнение, кем, когда и каким образом одобрена (утверждена, согласована) реклама, в случае, если реклама не утверждалась и не согласовывалась, представьте соответствующую поясняющую письменную информацию с указанием причин непринятия мер по согласованию.

4.5. О периоде распространения рекламы, указанной в пункте 4.1 настоящего определения, с указанием дат начала и окончания распространения; если распространение продолжается на дату представления ответа – с указанием соответствующей поясняющей

информации и даты начала распространения.

4.6. О территории (укажите субъекты Российской Федерации) распространения рекламы, указанной в пункте 4.1 настоящего определения.

4.7. Поясняющие, что подразумевается под фразой «Лучшие цены в этом городе», с приложением имеющихся доказательств соответствия действительности указанной информации.

4.8. О причинах размещения рекламы, указанной в пункте 4.1 настоящего определения, без учета требований пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе.

4.9. Копию свидетельства о регистрации <...> в качестве индивидуального предпринимателя.

5 . Ассоциации наружной рекламы Республики Коми обеспечить явку руководителя (с паспортом и документами, удостоверяющими служебное положение) и (или) представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела, либо сообщить о возможности рассмотрения дела в отсутствие представителя Ассоциации наружной рекламы Республики Коми **в срок до 16.08.2018**, предварительно по факсу (8212) 21-41-29 или на электронный адрес: to11@fas.gov.ru и направить такое обращение по почте.

6. ИП <...> (с паспортом) явиться лично и (или) обеспечить явку представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела, либо сообщить о возможности рассмотрения дела в свое отсутствие **в срок до 16.08.2018**, предварительно по факсу (8212) 21-41-29 или на электронный адрес: to11@fas.gov.ru и направить такое обращение по почте.

Примечание:

При ответе на настоящее определение необходимо соблюдение нумерации пунктов, по приложениям необходимо указать, к какому пункту определения они прилагаются, с указанием номера пункта.

В случае отсутствия документов и письменной информации по отдельным пунктам настоящего определения, укажите на их отсутствие с пояснением причин отсутствия и указанием источника, где запрашиваемое может быть получено.

Представленное на определение должно быть подписано уполномоченным лицом, прилагаемые копии надлежащим образом заверены, подтверждена их достоверность и полнота.

В соответствии с ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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) - 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.

Председатель комиссии <...>