

Исх. №РХ-08/15935 от 08.10.2018 г.

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> – заместитель руководителя, рассмотрев материалы в отношении <...> на предмет соблюдения Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

В ходе проведения Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) мониторинга на предмет соблюдения Федерального закона от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») установлен факт распространения на интернет-сайте по адресу: <https://nur-drive.ru> рекламы автошколы «Нур Драйв» с текстом следующего содержания: «Нур Драйв – лучшая автошкола в Казани, обучающая вождению с автоматическими и механическими коробками передач», которая имеет признаки нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Управлением осуществлен осмотр интернет-сайта <https://nur-drive.ru>, о чем составлен акт осмотра и исследования сайта от 11.09.2018 года.

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» дано понятие рекламы — это 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, 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, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Информация, содержащаяся на интернет-странице <https://nur-drive.ru>, содержит рекламу по обеспечению вождения транспортного средства следующего содержания: «Нур Драйв – лучшая автошкола в Казани, обучающая вождению с автоматическими и механическими коробками передач», которая имеет признаки нарушения пункта 4 части 2 статьи 5 и пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе», в части содержания некорректного сравнения автошколы «Нур драйв» с аналогичными услугами иных хозяйствующих субъектов и (или) индивидуальных предпринимателей путем использования обозначения «лучшая», без указания конкретных характеристик и (или) параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, что автошкола «Нур драйв» является «лучшей автошколой в

Казани», а также без указания ссылок на анализы и исследования, подтверждающие превосходство данной автошколы.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Использование сведений о преимуществах оказываемых услуг не противоречит законодательству о рекламе, в случае если такое преимущество подтверждено документально.

Согласно правовой позиции, изложенной в [пункте 29](#) Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 8.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального [закона](#) "О рекламе" 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 связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

В рекламе «Нур Драйв – лучшая автошкола в Казани, обучающая вождению с автоматическими и механическими коробками передач» с использованием сравнительной характеристики "лучшая" не указан критерий, 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 ([пункт 1 части 3 статьи 5](#) Закона "О рекламе").

В соответствии с пунктами 1 и 4 части 2 статьи 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 и (или) является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

При этом, статьей 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» установлено, что актом недобросовестной конкуренции признается сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов, в том числе «лучший», "первый", "номер один", «самый», «единственный», иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными.

<...>

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 08 - /2018 по признакам нарушения пунктов 1 и 4 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе».

2. Назначить дело №08- /2018 к рассмотрению на 31 октября 2018 в 14 час. 30 мин. по адресу: г. Казань, ул. Московская, д. 55, кабинет 217 (зал заседаний).

3. Признать лицом, участвующими в деле, в действиях которого содержатся признаки нарушения Закона «О рекламе» <...>;

4. <...> в срок до 24 октября 2018 года представить в Татарстанское УФАС России надлежащим образом заверенные копии следующих документов и материалов (с дублированием на электронную почту to16-ikhsanova@fas.gov.ru) согласно следующему перечню:

договоры на распространение и размещение вышеуказанного рекламного объявления, акты выполненных работ, счета-фактуры, платежные поручения;

письменные объяснения по вышеизложенным фактам, при наличии возражений – нормативное и документальное их обоснование;

иные документы, имеющие значение для дела (при наличии).

В случае если какие-либо пункты не реализованы (отсутствуют), указать мотивированную причину отсутствия данных документов или сведений.

При подготовке ответа на данный запрос, просим формировать ответ по пунктно, согласно списку запрашиваемой информации, а также в сопроводительном письме необходимо указать ссылку на исходящий номер <...> указанный в левом верхнем углу первой страницы запроса.

Непредставление в установленный срок сведений по требованию антимонопольного органа, либо представление заведомо недостоверных сведений (информации) влечёт административную ответственность, предусмотренную частью 6 статьи 19.8 Кодекса российской Федерации об административных правонарушениях.

Явка <...>, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

<...>

(должностное лицо)