



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ

ПО РЕСПУБЛИКЕ КОМИ

**Р Е Ш**

23 июля 2018 года

(изготовление решения в полном объеме)

18 июля 2018 года

(оглашение резолютивной части)

№ 03-01/5051

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

<...>;

рассмотрев дело № Р 13-04/18, возбужденное в отношении ООО «ТТ», <...>, по факту размещения на плакате надписи «Лучшая шаурма здесь» на фуд-корте в месте нахождения кафе быстрого питания «Али-Баба» в ТРЦ «Парма» (г. Сыктывкар), с признаками нарушения требований п. 1 ч. 2 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии <...> (далее – <...>),

в отсутствие заявителя, надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела (соответствующие доказательства имеются в материалах рекламного дела), заявившего ходатайство о рассмотрении дела в своё отсутствие,

### **УСТАНОВИЛА:**

В Коми УФАС России поступило обращение <...> (далее – <...>) от 12.03.2018 (вх. А-53 от 13.03.2018) о нарушении законодательства о рекламе.

Из обращения следует, что 12 марта 2018 года на фуд-корте в месте нахождения кафе быстрого питания «Али-Баба» в ТРЦ «Парма» (г. Сыктывкар) на плакате была размещена надпись «Лучшая шаурма здесь». По мнению заявителя, данная реклама является недобросовестной, так как содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Заявителем приложена фотография плаката с надписью «ЛУЧШАЯ ШАУРМА здесь» с изображением стрелки, указывающей направление к кафе быстрого питания «Али-Баба», размещенной на рекламном плакате, расположенном на фудкорте в месте нахождения кафе быстрого питания «Али-Баба» в торгово-развлекательном центре «Парма», находящемся по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая, д. 50.

По результатам рассмотрения указанного обращения принято решение о возбуждении дела № Р 13-04/18 в отношении ООО «ТТ» по признакам нарушения п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе, о чем вынесено соответствующее определение № 03-01/2837 от 20.04.2018.

В связи с отсутствием надлежащего извещения ООО «ТТ» о месте и времени рассмотрения дела № Р 13-04/18, Коми УФАС России продлило срок рассмотрения дела № Р 13-04/18 до 20.07.2018 и отложило его рассмотрение, о чем вынесено соответствующее определение от 17.05.2018 № 03-01/3484.

Определением Коми УФАС России от 18.06.2018 № 03-01/4213 рассмотрение дела № Р 13-04/18 отложено, произведена замена ненадлежащего лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, - ООО «ТТ» на надлежащее – <...>

В результате рассмотрения материалов обращения установлено следующее.

Как следует из ст. 3 Закона 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 плакате на фуд-корте в месте нахождения кафе быстрого питания «Али-Баба» в ТРЦ «Парма»;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: шаурме в кафе быстрого питания «Али-Баба», формирование или поддержание интереса к ней и её продвижение на рынке.

Таким образом, информация, распространенная посредством размещения на плакате на фуд-корте в месте нахождения кафе быстрого питания «Али-Баба» в ТРЦ «Парма», 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.**

В силу п. 3 ст. 3 Закона о рекламе товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно разъяснениям ФАС России № АК/92163/17 от 27.12.2017 «О разграничении понятий вывеска и реклама» не является рекламой размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте её нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

Кроме того, указание в месте нахождения организации профиля её деятельности (аптека, кондитерская, ресторан) либо ассортимента реализуемых товаров и услуг (хлеб, продукты, мебель, вино, соки), может быть признано обычаям делового оборота, соответственно, на конструкции с такой информацией нормы Закона о рекламе не распространяются.

Вместе с тем, законодательство, в том числе статья 9 Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», не содержит указания на то, что информация о характеристиках реализуемых товаров, о проводимых организацией акциях и/или скидках или лозунги, слоганы являются обязательными к размещению на вывесках.

Следовательно, конструкции, содержащие информацию о характеристиках реализуемых товаров, о проводимых организацией акциях, и/или скидках, либо различные лозунги, слоганы, либо иную информацию об определенном лице или товаре, не обязательную к размещению, могут быть расценены как вывески, содержащие сведения рекламного характера, и на такие конструкции распространяются требования Закона о рекламе, в том числе в случае их размещения в месте нахождения организации.

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

недостовой 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.

В рассматриваемой рекламе указано: «Лучшая шаурма здесь», при этом объективное подтверждение с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, отсутствует.

Специалистами Коми УФАС России 16.03.2018 был произведён выход на место с целью установления фактического нахождения рассматриваемой рекламы, о чем составлен соответствующий акт.

Кроме того, специалистами Коми УФАС России был произведён осмотр Интернет-сайта кафе быстрого питания «Али-Баба» по адресу [https://vk.com/ali\\_baba11](https://vk.com/ali_baba11), о чем составлен соответствующий акт, из которого следует, что плакат с рекламой «Лучшая шаурма здесь» на фуд-корте в месте нахождения кафе быстрого питания «Али-Баба» в ТРЦ «Парма» был размещён 09.02.2018, 12.01.2018. В некоторых фотографиях сделан акцент именно на записи «Лучшая шаурма здесь».

Вместе с тем, в рассматриваемой рекламе не содержатся конкретные критерии, по которым осуществляется сравнение, и которые имеют объективное подтверждение. В связи с чем, сравнение, содержащееся в рассматриваемой рекламе, является некорректным.

**Таким образом, в рассматриваемой рекламе усматривается нарушение 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 рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В материалы дела № Р 13-04/18 представлены письменные пояснения <...>, согласно которым рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является физическое лицо <...>

<...> сообщил, что самовольно вызвался осуществлять изготовление меню для объекта кафе-закусочной «Али-Баба», изготовление рекламных табличек, проводить опросы среди покупателей, рекламных акций и прочее. Также <...> занимался продвижением кафе-закусочной «Али-Баба» в социальных сетях, в том числе на странице ВКонтакте в группе «Али-Баба Сыктывкар». Вечером 28.12.2017 после 22.00 часов (время закрытия смены) без согласования представителей ООО «ТТ» он осуществил монтаж рассматриваемой вывески в ТРЦ «Парма», возле кафе-закусочной «Али-Баба». Данное действие было личной инициативой <...> Место, содержание, наполнение вывески <...> выбрал по своему усмотрению, изготовил конструкцию лично. Одобрения, согласования не получал. Период размещения – предположительно с 29.12.2017 по 31.03.2018. Данная конструкция располагалась на 3-м этаже ТРЦ «Парма», г. Сыктывкар (ул. Коммунистическая, д. 50), возле основного меню кафе-закусочной «Али-Баба». Кафе-закусочная «Али-Баба» специализируется на ближневосточных блюдах, основным из которых является шаурма. В меню кафе около 10 разновидностей шармы, в зависимости от предпочтений клиентов по составу, размеру и формату подачи. В 2017 году <...> провел опрос среди клиентов кафе «Али-Баба» на кассе – «Какая шаурма из представленных в меню «Али-Баба» вам понравилась больше всего?». Победителем оказалась шаурма из мяса курицы, завернутая в домашнюю лепешку из печи собственного приготовления. Информация подтвердилась при подсчете продаж на кассе. После выявления «Лучшей шаурмы» среди имеющихся в меню в кафе «Али-Баба» <...> повесил табличку «Лучшая шаурма здесь» со стрелкой на меню-табличку, на котором была изображена шаурма-победитель с надписью «Лучшая шаурма кафе «Али-Баба» по версии покупателей в 2017 году», что не отображено в материалах дела (приложена к пояснениям <...>).

<...> заявлен довод о том, что в материалах дела отсутствует указание на меню-табличку, на котором была изображена шаурма-победитель с надписью «Лучшая шаурма кафе «Али-Баба» по версии покупателей в 2017 году».

Комиссия рассмотрела указанный довод и установила следующее.

Как указывалось ранее, специалистами Коми УФАС России 16.03.2018 был произведён выход на место с целью установления фактического нахождения

рассматриваемой рекламы, о чем составлен соответствующий акт. Однако меню-таблички, на котором была изображена шаурма-победитель с надписью «Лучшая шаурма кафе «Али-Баба» по версии покупателей в 2017 году», обнаружено не было.

Кроме того, как следует из пояснений <...>, данных на рассмотрении дела 18.06.2018, указанная меню-табличка представляла собой пластмассовую передвижную стойку. Данная стойка постоянно перемещалась по поверхности прилавка.

С учетом изложенного, а также того обстоятельства, что надпись «Лучшая шаурма здесь» со стрелкой вниз находилась на определенной высоте от фуд-корта в месте нахождения кафе-закусочной «Али-Баба», была заметной, привлекающей внимание потребителей, заявленный <...> довод отклоняется Комиссией как необоснованный и не подтвержденный материалами дела.

Также <...> отметил, что фуд-корт ТРЦ «Парма» поделен на несколько зон – американская, европейская, азиатская, русская и восточная кухня. <...> посчитал, что не вводит в заблуждение покупателей зоны фуд-корт, так как восточная кухня располагается только в кафе «Али-Баба».

Между тем Комиссия отмечает, что блюда восточной кухни (в том числе шаурма) предлагаются к продаже не только в ТРЦ «Парма», но и в других заведениях общественного питания г. Сыктывкара.

Соответственно при отсутствии в рекламе объективного подтверждения с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, рассматриваемая реклама не может быть признана надлежащей.

В связи с чем, заявленный довод не может быть принят Комиссией и подлежит отклонению.

Кроме того, как следует из письменных пояснений <...>, а также его устных пояснений, данных в ходе рассмотрения рекламного дела, по договоренности с руководством ООО «ТТ» он осуществлял продвижение, рекламу, маркетинговые исследования, а также изготовление, монтаж, демонтаж всех вывесок, меню и баннеров для ООО «ТТ» в ТРЦ «Парма» в период с 01.01.2017 по 31.03.2018. Целью его деятельности была раскрутка убыточного кафе с помощью работы с имеющейся клиентской базой, привлечения новых клиентов, проведения социальных опросов, проведения фотосессий, рекламы в социальных сетях. Разрабатывал рекламу с помощью специальных программ и приложений в электронном виде, после чего распечатывал на специализированном принтере и монтировал в ТРЦ «Парма» по доверенности, выданной на его имя директором ООО «ТТ» (в материалы дела представлена копия доверенности от 01.08.2017, а также копия разрешения, выданного ООО «ТТ», на монтаж рекламных конструкций). Картонную табличку со стрелкой вниз с надписью «Лучшая шаурма здесь» придумал, изготовил, смонтировал, демонтировал лично. Посчитал, что эта

табличка украсит кафе, укажет на картинку с изображением признанной клиентами «Али-Баба» лучшей шаурмы. Не согласовал и не утвердил надпись с руководством ООО «ТТ» по своей поспешности, безалаберности и невнимательности. <...> вину в нарушении Закона о рекламе признал, с замечаниями заявителя согласился полностью.

Согласно письменным пояснениям, представленным ООО «ТТ» в материалы рекламного дела, и пояснениям, данным представителем общества в ходе рассмотрения дела, рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является физическое лицо – <...>, который самостоятельно, без согласования с ООО «ТТ», изготовил и осуществил монтаж конструкции с рассматриваемой рекламой на фуд-корте в кафе «Али-Баба».

Таким образом, из имеющихся материалов усматривается, что рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является <...>

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований, установленных п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе, произошло по вине рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя рассматриваемой рекламы <...>

Из материалов рекламного дела усматривается, что <...> не предпринято должных мер, направленных на соблюдение требований законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы, что и привело к нарушению.

Таким образом, <...> нарушены требования п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе.

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемая реклама распространялась на территории г. Сыктывкара Республики Коми в период с 29.12.2017 по 31.03.2018.

На дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела имеются доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы.

В связи с изложенным, Комиссия приходит к выводу о нецелесообразности выдачи <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, пунктом 3.58



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, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «Лучшая шаурма здесь», распространенную посредством размещения на плакате на фуд-корте в месте нахождения кафе быстрого питания «Али-Баба» в ТРЦ «Парма» (г. Сыктывкар) в период с 29.12.2017 по 31.03.2018, ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п. 1 Решения ненадлежащей рекламы не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 23 июля 2018 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня принятия решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель  
Комиссии

\_\_\_\_\_ <...>

Члены Комиссии

\_\_\_\_\_ <...>

\_\_\_\_\_ <...>