

Исх. №АР-08/10331 от 15.07.2019 года

Комиссия Татарстанского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении
Законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: <...> – (должностное лицо)
Члены Комиссии: <...> – (должностное лицо)
<...> – (должностное лицо)

рассмотрев дело №016/05/5-698/2019 в отношении <...> на предмет соблюдения
Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О
рекламе»),

в отсутствии:

- представителя <...> - извещен,

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения государственного надзора в сфере рекламы Управлением
Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее –
Управление) был установлен факт использование рекламной вывески с текстом:
«Самса №1», что имеет признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5
Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

В ходе дальнейшего осмотра здания, была обнаружена табличка, на которой было
указано лицо осуществляющее деятельность кафе под названием «Самса №1» им
является <...>.

Вышеуказанная вывеска «Самса №1» может вводить потребителей в заблуждение
относительно преимуществ рекламируемого товара перед находящимися в
обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или
реализуются другими продавцами.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. N38-ФЗ «О
рекламе» недобросовестной признается реклама, содержит некорректные
сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые
произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «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.

Рекламная вывеска «Самса №1» имеет признаки нарушения закона «О рекламе» в части содержания некорректного сравнения с аналогичными услугами иных хозяйствующих субъектов и (или) индивидуальных предпринимателей путем использования обозначений «№1» без указания конкретных характеристик и (или) параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, а также без указания ссылок на анализы и исследования, подтверждающие превосходство данного места реализации товара перед другими субъектами, осуществляющие аналогичную деятельность.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

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

В соответствии с письмом ФАС России от 30.09.2011 г. №АК/37027, к некорректному сравнению относятся случаи, когда делается вывод о превосходстве одного товара над другим, однако конкретные характеристики сравниваемых товаров не указываются. При этом в рекламе может приводиться, как сравнение рекламируемого товара с конкретным другим товаром, так и сравнение рекламируемого товара со всеми иными товарами путем использования «самый лучший», «№1». В отсутствие указания критерия такого сравнения создается впечатление, что рекламируемая услуга обладает заявленным преимуществом по всем критериям. Однако, данный вывод достоверен только в отношении одного или нескольких критериев, но не всех. Отсутствие в рассматриваемой рекламе существенной информации о том, что услуга является лучшей на территории, а именно, в России, искажает смысл рекламы и вводит в заблуждение потенциальных клиентов. Таким образом, для того, чтобы использовать в рекламе конструкции «лучший», «первый», «номер один» и т.д. необходимо привести конкретный критерий, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Учитывая вышесказанное, рассматриваемая реклама содержит признаки недостоверности, а именно не даёт точной информации о преимуществах (цена) рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Исходя из вышеизложенного, Татарстанским УФАС России было возбуждено данное дело.

В адрес Управления от <...> были предоставлены запрашиваемые документы и сведения. В данных документах был представлен договор на изготовление и монтаж рекламы между ООО «Просто реклама» и <...> от 06.06.2019 года №19-19-НР и приложение №1 к указанному договору. Согласно данному документу ООО «Просто реклама» по заказу <...> изготавливает и монтирует объемные световые буквы (вывеску) «Самса №2» по адресу: г. Казань, ул. Б. Шахиди, 28.

На основании всего вышеизложенного Комиссия приходит к выводу об отсутствии в действиях <...> нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе

в связи с тем, что на территории города Казани <...> открывает еще одно место осуществления предпринимательской деятельности с вывеской «Самса №2», тем самым обозначая свои места предпринимательской деятельности порядковым номером «1», «2».

Соответственно, вывеска «Самса №1» не несет в себе некорректного сравнения с аналогичными услугами иных хозяйствующих субъектов и (или) индивидуальных предпринимателей путем использования обозначений «№1».

Руководствуясь абзацем «а» пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

Производству по делу №016/05/5-698/2019 прекратить.

Председатель Комиссии: <...> – (должностное лицо)

Члены Комиссии: <...> – (должностное лицо)

<...> – (должностное лицо)