

РЕШЕНИЕ

17 мая 2016 г.

г. Чебоксары

Дело № 06-Р-2016

Резолютивная часть решения оглашена 10 мая 2016 года.

Решение в полном объеме изготовлено 17 мая 2016 года.

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

«...»

члены Комиссии:

«...»

рассмотрев дело № 06-Р-2016 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее Закон о рекламе) в рекламе «Лучшее такси», распространенной 01.02.2016 в эфире радиоканала «Европа плюс Чебоксары»,

в отсутствие заявителя и лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, - ИП Николаева Е.А.

УСТАНОВИЛА:

В Чувашское УФАС России поступило обращение ООО «Такси-Вояж», зарегистрированное от 09.02.2016 вх. № 05-16/871 о распространении в 10 час. 40 мин. 01.02.2016 в эфире радиоканала «Европа плюс Чебоксары» рекламы следующего содержания: «Звони в лучшее такси города 333 000. Лучшее такси 333-000».

В [пункте 1 статьи 3](#) от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее Закон о рекламе) определено, что реклама - 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.

[Пункт 2 статьи 3](#) Закона о рекламе определяет, что объектом рекламирования

является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимание к которым направлена реклама, а [пункт 3 статьи 3](#) - товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая информация является рекламой, поскольку соответствует всем квалифицирующим признакам понятия реклама.

При оценке рекламы на соответствие Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» установлено следующее.

Использованное в рекламе словосочетание «Лучшее такси» формирует у потребителей рекламы представление о хозяйствующем субъекте, предлагающем рекламируемые услуги такси, как лучшим на территории города Чебоксары.

Слово «лучший» означает: «самого высокого качества, самого хорошего свойства» (С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова, «Толковый словарь русского языка», 4-е издание, дополненное, М., 1999, стр. 335).

Таким образом, слово «лучший» выражает степень превосходства, поэтому его употребление в совокупности с названием конкретного лица или товара создает представление о том, что объект рекламирования находится в более лучшей позиции, включая качество, ассортимент, сервисный и ценовой уровень реализуемых товаров, тем самым стимулирует интерес потребителей именно к своим товарам и услугам.

В соответствии с [пунктом 29](#) Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда от 8 октября 2012 г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» необходимо исходить из того, что 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 слова «лучший», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

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.

Из вышеприведенного разъяснения следует, что заявление о преимуществах, в том числе, утверждение «Лучшее такси», содержащее прилагательное в превосходной степени, должно иметь документальное подтверждение и фактическое обоснование.

В отсутствие конкретного критерия сравнения создается впечатление, что такси 333-000 обладает преимуществом по всем критериям и в масштабах всего города

Чебоксары является лучшим такси из числа однородных.

Слово «критерий» означает мерило оценки, суждения, а мерило - признак, свойство, на основе которого можно определить, оценить что-нибудь. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова, «Толковый словарь русского языка», 4-е издание, дополненное, М., 1999.

Следовательно, критерий является признаком, по которому проводится сравнение - процесс количественного или качественного сопоставления разных свойств (сходств, отличий, преимуществ и недостатков) двух и более объектов.

Определение «лучшее такси» может быть основано на использовании различных сравнительных признаков, как, например, как лучшая организация обслуживания, лучшая цена, лучшая акция по привлечению покупателей и др.

В силу [пункта 28](#) Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда от 8 октября 2012 г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Потребители спорной рекламы, не обладающие специальными познаниями в области лингвистики, понимают рекламу буквально: такси 333-000 – это лучшее такси среди хозяйствующих субъектов, оказывающих аналогичные услуги, которое имеет лучшие позиции, включая качество, ассортимент, сервисный и ценовой уровень реализуемых услуг.

Рассматриваемая реклама является недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара и некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с [пунктом 1 части 3 статьи 5](#) Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, признается недостоверной и не допускается.

Таким образом, в рекламе услуг такси ИП Николаева Е.А., распространенной в эфире радиоканала «Европа плюс Чебоксары», содержится нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с [частью 6 статьи 38](#) Закона о рекламе ответственность за нарушение указанных требований несет рекламодатель.

Размещение рекламы осуществлено по договору от 29.01.2016 № СНВ-2016-С-0060 (далее Договор), заключенному между ООО «Выбери радио» (исполнитель) и индивидуальным предпринимателем Николаевым Е.А. (заказчик).

Рекламная информация для распространения в радиопрограмме рекламно-информационных материалов предоставлена Заказчиком (пункт 2.1 Договора).

В силу [части 4 статьи 3](#) Закона о рекламе ненадлежащей признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с [частью 6 статьи 38](#) Закона о рекламе рекламодаделец несет ответственность за нарушение [части 3 статьи 5](#) названного Федерального закона.

В силу пункта 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, в данном случае – индивидуальный предприниматель Николаев Е.А.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно пункту 2 акта сдачи-приемки рекламно-информационных материалов (РИМ) по договору от 29.01.2016, составленному 03.02.2016 и подписанному исполнителем ООО «Выбери Радио» и заказчиком ИП Николаевым Е.А. рассматриваемый рекламный ролик размещался в радиопрограмме в период с 01.02.2016 по 14.02.2016.

В связи с тем, что в настоящее время рассматриваемая реклама не распространяется, Комиссия не считает необходимым выдать ИП Николаеву Е.А. предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ИП Николаева Е.А. («Звони в лучшее такси города 333 000. Лучшее такси 333-000»), распространенную 01.02.2016 в эфире радиоканала «Европа плюс Чебоксары», поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Не выдавать ИП Николаеву Е.А. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для

возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 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.

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»