

Исх. №РХ-08/16522 от 17.10.2018 г.

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан <...>, рассмотрев материалы дела в отношении ИП <...> по факту распространения рекламы «Фабрика чистки ковров №1/Казань», размещенной в Интернете на странице по адресу: <https://vk.com/1fabrika>, что имеет признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе». (далее – ФЗ «О рекламе»).

УСТАНОВИЛ:

В ходе проведения мониторинга Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) был установлен факт распространения рекламы «Фабрика чистки ковров №1/Казань», размещенной в Интернете на странице по адресу: <https://vk.com/1fabrika>, что имеет признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе». По данному факту сотрудниками Управления произведен акт осмотра Интернет-сайта (Акт осмотра от 27 сентября 2018 г.). На данном ресурсе был обнаружен абонентский номер <...>) 245-25-05.

Управлением был отправлен запрос в ПАО «Мегафон» для получения информации об абоненте, которому принадлежит абонентский номер <...>) 245-25-05 (наименование, ОГРН, ИНН, местонахождение юридического лица или фамилия, имя, отчество (при наличии), ОГРНИП (в случае, если абонент является индивидуальным предпринимателем), ИНН, адрес места жительства физического лица).

Управлением был получен ответ от ПАО «Мегафон» исходя из которого было выявлено, что абонентский номер <...>) 245-25-05 выделен ИП <...>.

В пункте 1 статьи 3 ФЗ «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 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.

Информация, размещенная на интернет-странице: <https://vk.com/1fabrika>, содержит текст: «Фабрика чистки ковров №1/Казань».

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N38-ФЗ "О рекламе" **недостоверной** признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения, о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами. Вышесказанное имеет признаки нарушения пунктов 1 и 4 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе» в части содержания некорректного сравнения с аналогичными услугами иных хозяйствующих субъектов и (или) индивидуальных предпринимателей путем использования обозначений «Фабрика чистки ковров №1» без указания конкретных характеристик и (или) параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, что у ИП <...> действительно «Фабрика чистки ковров №1», а также без указания ссылок на анализы и исследования, подтверждающие превосходство данного товара перед другими товарами и услугами.

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 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.

Исходя из пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с письмом ФАС России от 30.09.2011 №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 вышеизложенное, 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.

В соответствии с пунктами 1 и 2 ФЗ «О рекламе», 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.

Ввиду изложенного и на основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», а также 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 пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».
2. Признать лицом, участвующими в деле, ИП <...>.
3. Назначить дело № 08-____/2018 к рассмотрению на 14 ноября 2018 года в 14 ч. 00 мин. по адресу: г. Казань, ул. Московская, д.55, 2-й этаж, зал заседаний.
4. Явка ИП <...> 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)