

РЕШЕНИЕ

«17» июля 2017г.

г. Кемерово

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

Заместителя
председателя
Комиссии:

<...> - <...>;

<...> - <...>;

Членов Комиссии:

<...> - <...>;

рассмотрев дело № 19/Р-2017, возбужденное в отношении <...> (адрес регистрации: <...>, далее – <...>) о распространении рекламы, содержащей признаки нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту - ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

06.02.2017г. в адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области поступило обращение ФАС России (вх. № 681 от 06.02.2017г.) о рассмотрении заявления <...> о наличии признаков нарушения ФЗ «О рекламе»

Из заявления следует, что компания «Сибирский сети» в сети «Интернет» рекламирует себя как «лучшая» сеть в городе.

Кемеровским УФАС России в адрес заявителя был направлен запрос о предоставлении ссылок на страницы сайта, на которых размещена информация, указанная в заявлении.

17.02.2017г. в адрес Кемеровского УФАС России поступил ответ заявителя (исх. б/н от 16.02.2017г.), из которого следует, что указанная в заявлении информация размещена по следующим ссылкам:

<http://ok.ru/group53698490335471/topic/663694331179631>;

<http://ok.ru/group53698490335471/topic/66486674855407>;

http://vk.com/public11504106w=wall-11504106_216370;

<http://vk.com/ssmzk>.

А также на личной странице физического лица <...>.

Кемеровским УФАС России были просмотрены указанные страницы сайта, по результатам осмотра были составлены Акты осмотра сайтов от 22.03.2017г. и установлено следующее:

На страницах <http://ok.ru/group53698490335471/topic/663694331179631>,

<http://ok.ru/group53698490335471/topic/66486674855407> размещена реклама следующего содержания:

- «Лучший интернет в 34 городах Сибири! Для вас уникальная акция февраля...А в дальнейшем выгодный тариф 400 руб/мес за 100 мбит!...Звони: <...>...»;

- «Лучший интернет в городе по доступной цене! В честь нового 2017 года у нас АКЦИЯ!...Звони: <...>...».

В соответствии с письмом ФАС России от 28.08.2015 № АК/45828/15, не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах, размещенная на сайте производителя или продавца данных товаров или на страницах в социальных сетях производителя или продавца данных товаров, если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта или страницы в социальной сети о реализуемых товарах, ассортименте, правилах пользования, также не является

рекламой информация о хозяйственной деятельности компании, акциях и мероприятиях, проводимых данной компанией и т.п. Следовательно, на такую информацию положения ФЗ «О рекламе» не распространяются.

Таким образом, информация, размещенная на странице физического лица в социальной сети <...> не является рекламой.

На страницах http://vk.com/public11504106w=wall-11504106_216370; <http://vk.com/ssmzk>, представленных заявителем в адрес Кемеровского УФАС России информация, указанная в обращении отсутствует.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 ФЗ «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 соответствии с [пунктом 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 производителями или реализуются другими продавцами.

Таким образом, в вышеуказанной рекламе присутствует информация сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени «лучший» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, что нарушает требования пункта 1 части 2 статьи 5, [пункта 1 части 3 статьи 5](#) ФЗ «О рекламе».

Из информации, представленной в адрес Кемеровского УФАС России ООО «Т2 Мобайл» (исх. № 122 от 27.02.2017г.) следует, что абонентский номер <...> указанный в рекламе зарегистрирован на <...> в соответствии с договором на оказание услуг связи от 08.05.2014г.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2, пунктом 1 части статьи 5 ФЗ «О рекламе», несёт рекламодатель.

В данном случае рекламодателем является <...>.

24.03.2017г. определением о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе Кемеровским УФАС России было возбуждено дело № 19/Р-2017 в отношении <...> и назначено к рассмотрению на 27.04.2017г. в 10 часов 00 минут. Данное определение было направлено в адрес <...> заказным письмом с уведомлением о вручении.

07.04.2017г. в связи с производственной необходимостью рассмотрение дела № 19/Р-2017, назначенное на 27.04.2017г. в 10 часов 00 минут было отложено на 22.05.2017г. в 11 часов 00 минут. Письмо о переносе рассмотрения данного дела было направлено в адрес <...> заказным письмом с уведомлением о вручении.

22.05.2017г. на рассмотрение дела № 19/Р-2017 <...>, не явился. Сведениями о надлежащем уведомлении <...> о дате, времени и месте рассмотрения данного дела Кемеровское УФАС России не располагало.

Определением от 22.05.2017г. рассмотрение дела № 19/Р-2017 было отложено на 22.06.2017г. в 09 часов 30 минут. Данное определение было направлено в адрес <...> заказным письмом с уведомлением о вручении.

07.06.2017г. в связи с производственной необходимостью рассмотрение дела № 19/Р-2017, назначенное на 22.06.2017г. было перенесено на 17.07.2017г. в 15 часов 00 минут. Письмо о переносе рассмотрения данного дела было направлено в адрес <...> заказными письмами с уведомлением о вручении (распечатки с сайта ФГУП «Почта России: отслеживание почтовых отправок») о вручении почтовой корреспонденции имеется в материалах дела).

31.05.2017г. в адрес Кемеровского УФАС России поступили письменные пояснения <...> (исх. б/н от 31.05.2017г.), из которых следует, что ссылки на спорную рекламу, указанную в данном деле <...> не доступны. Также из пояснений следует, что реклама интернета не может быть взаимосвязана с рекламой ресторана, как указано в предложении: «в данном случае спорной рекламе приводятся не обладающие достоверностью... что может вызвать неверные представления у потребителей относительно объекта рекламирования и негативно повлиять на выбор иного ресторана». Типайкину Д.А. в данном случае доступна только ссылка на страницу сайта <http://vk.com/ssmzk>, на которой присутствуют отзывы абонентов компании «Сибирские сети».

17.07.2017г. состоялось рассмотрение дела № 19/Р-2017 в отсутствие <...>, уведомленного надлежащим

образом о дате, времени и месте рассмотрения данного дела.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия Кемеровского УФАС России установила:

06.02.2017г. в адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области поступило обращение ФАС России (вх. № 681 от 06.02.2017г.) о рассмотрении заявления <...> о наличии признаков нарушения ФЗ «О рекламе») при размещении рекламы в сети «Интернет».

Из заявления следует, что компания «Сибирский сети» в сети «Интернет» рекламирует себя как «лучшая» сеть в городе.

Кемеровским УФАС России были просмотрены указанные страницы сайта, по результатам осмотра были составлены Акты осмотра сайтов от 22.03.2017г. и установлено следующее:

На страницах <http://ok.ru/group53698490335471/topic/663694331179631>, <http://ok.ru/group53698490335471/topic/66486674855407> размещена реклама следующего содержания:

- «Лучший интернет в 34 городах Сибири! Для вас уникальная акция февраля...А в дальнейшем выгодный тариф 400 руб/мес за 100 мбит!...Звони: <...>...»;

- «Лучший интернет в городе по доступной цене! В честь нового 2017 года у нас АКЦИЯ!...Звони: <...>...».

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

Рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся.

В данной рекламе отсутствует подтверждение того, что интернет, предоставляемый компанией «Сибирский сети» является «лучшим интернетом в городе». Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением должна считаться недостоверной.

В соответствии с [пунктом 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 производителями или реализуются другими продавцами.

В указанной рекламе присутствует информация, содержащая сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями, без указания на конкретный критерий, по которому идет сравнение, что нарушает требования пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии со [статьей 3](#) ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с помощью 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.

Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимание к которым направлена реклама.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с [пунктом 29](#) Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 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 потребителей 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.

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.

Таким образом, в рекламе не допускается использование информации не соответствующей действительности и аналогичных сведений о преимуществах рекламируемого товара.

В данном случае в спорной рекламе приводятся не обладающие достоверностью сведения о превосходстве (преимуществе) объекта рекламирования – «лучший интернет в городе» над интернетом иных хозяйствующих субъектов, что может вызвать неверные представления у потребителей относительно объекта рекламирования и негативно повлиять на выбор иной компании, предоставляющей интернет.

Общее восприятие рекламы не содержит соответствующие действительности сведения, вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку преимущества рекламируемого интернета перед аналогичными не находят подтверждения превосходства товара в тексте рекламы.

Действующее законодательство в регулируемой сфере правоотношений исходит из того, что достоверность распространяемой рекламы с использованием утверждений в превосходной степени «лучший» должна соответствовать реальной действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени, например утверждений о «самом», «лучшем», «абсолютном», «единственном» и т.п., действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодаделец не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства. При этом использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

Изучив письменные пояснения, представленные <...>, Комиссией Кемеровского УФАС России было установлено следующее:

Относительно взаимосвязи рекламы интернета с рекламой ресторана, Комиссией Кемеровского УФАС России установлено, что в абзаце: «В данном случае в спорной рекламе приводятся не обладающие достоверностью сведения о превосходстве (преимуществе) объекта рекламирования – «лучший интернет в городе» над интернетом иных хозяйствующих субъектов, что может вызвать неверные представления у потребителей относительно объекта рекламирования и негативно повлиять на выбор иного ресторана» была допущена опечатка, в связи с чем, слова «...относительно объекта рекламирования и негативно повлиять на выбор иного ресторана» необходимо читать как «относительно объекта рекламирования и негативно повлиять на выбор иной компании, предоставляющей интернет».

Также <...> ссылается на то, что из всех указанных ссылок на страницы сайта ему доступна только ссылка на страницу сайта <http://vk.com/ssmzk>, в которой содержатся отзывы абонентов компании «Сибирский сети» и отсутствует реклама. Остальные ссылки, указанные в определениях по данному делу <...> не доступны.

Относительно указания <...> на единственную рабочую ссылку на страницу в сети Интернет, на которой отсутствует реклама, Комиссией Кемеровского УФАС России установлено, что указанная ссылка не является предметом рассмотрения данного дела, данную ссылку указал в своем обращении заявитель, вместе с тем, при рассмотрении данного обращения Кемеровским УФАС России было установлено, что на указанной странице сайта реклама отсутствует (Акт осмотра сайта от 22.03.2017г.).

Вместе с тем, Комиссией Кемеровского УФАС России установлено, что данное дело возбуждено по признакам нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» при размещении рекламы на страницах сайта <http://ok.ru/group53698490335471/topic/663694331179631>, <http://ok.ru/group53698490335471/topic/66486674855407>.

Сотрудниками отдела рекламы, недобросовестной конкуренции и финансовых рынков был проведен осмотр указанных страниц сайта в сети Интернет, составлены Акты осмотра сайтов от 22.03.2017г. и было установлено, что на указанных страницах сайта размещена реклама следующего содержания:

- «Лучший интернет в 34 городах Сибири! Для вас уникальная акция февраля...А в дальнейшем выгодный тариф 400 руб/мес за 100 мбит!...Звони: <...>...»;

- «Лучший интернет в городе по доступной цене! В честь нового 2017 года у нас АКЦИЯ!...Звони: <...>...». На момент рассмотрения данного дела (17.07.2017г.) данные страницы в сети Интернет отсутствуют, что

также подтверждается Актами осмотра сайтов от 17.07.2017г.

Таким образом, в вышеуказанной рекламе присутствует информация сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени «лучший» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, что нарушает требования пункта 1 части 2 статьи 5, [пункта 1 части 3 статьи 5](#) ФЗ «О рекламе».

Из информации, представленной в адрес Кемеровского УФАС России ООО «Т2 Мобайл» (исх. № 122 от 27.02.2017г.) следует, что абонентский номер <...> указанный в рекламе зарегистрирован на <...> в соответствии с договором на оказание услуг связи от 08.05.2014г.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2, пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», несёт рекламодатель.

В данном случае рекламодателем является <...>.

На момент рассмотрения данного дела Комиссией Кемеровского УФАС России установлено, что на страницах:

<http://ok.ru/group53698490335471/topic/663694331179631>,

<http://ok.ru/group53698490335471/topic/66486674855407> спорная реклама отсутствует (Акт осмотра сайта от 17.07.2017г.).

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия Кемеровского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать <...> (<...>) нарушившим требования пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» при распространении рекламы сети Интернет.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе <...> не выдавать в связи с устранением нарушения.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Кемеровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 [Кодекса](#) Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 31 июля 2017 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня вынесения.