

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 61-05-1/2018

«23» апреля 2018 года г. Рязань

Комиссия Рязанского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе (далее - Комиссия): <...>

рассмотрев дело № 61-05-1/2018 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы нефтепродуктов сети АЗС «Змей Горыныч» на радиостанции «Радио 7 –Рязань 105,0 FM» с признаками нарушения [пункта 1 части 2](#), [пункта 1 части 3 статьи 5](#) Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в присутствии представителя ООО «СВС» - <...> (генеральный директор),

УСТАНОВИЛА:

В адрес Рязанского УФАС России 09.01.2018 (вх. №3) поступило заявление ООО «Спецнефтепродукт» о размещении рекламы на радиостанции «Радио 7 –Рязань 105,0 FM» с признаками нарушения требований рекламного законодательства.

Из обращения следует, что на радиостанции «Радио 7 –Рязань 105,0 FM» транслируется ежедневно с многократным повторением реклама услуг и нефтепродуктов сети АЗС «Змей Горыныч» с текстом следующего содержания: «Цена ниже, качество выше».

Из информации представленной в адрес Рязанского УФАС России следует, что указанный рекламный ролик следующего содержания: «Змей Горыныч», каждый знает, Вот где топливо – «огонь»! У «Горыныча» заправься, Ух, помчит железный конь!» размещался на основании договора N 12-018(17)-р7 на распространение рекламы на радио от 12.12.2017 г., заключенным с ООО «СВС».

В соответствии с пунктом 2.1 данного договора Заказчик (ООО «СВС») поручает, а Исполнитель (ООО НИА «Макс Медиа») обязуется осуществлять резервирование рекламного пространства и размещение рекламно-информационных материалов Заказчика в эфире радиостанции «Радио 7 – Рязань 105,0 FM» ведущей радиовещание в г. Рязани и районах Рязанской области, в следующие сроки: с 25 по 29 декабря 2017 по будням с 7 час. 00 мин. до 21 час. 00 мин., в выходные с 8 час. 00 мин. до 20 час. 00 мин. Длительность рекламно-информационных материалов – 20 секунд. Используемые передатчики: «Рязань». Общее количество выходов – 20 штук.

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 на АЗС «Змей Горыныч» "качество выше, цена ниже". Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением должна считаться недостоверной.

Учитывая содержащуюся в рекламе фразу "качество выше, цены ниже" в ней содержится прямое сравнение товаров сети АЗС «Змей Горыныч» с аналогичными товарами других производителей.

Согласно [пункту 9](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" (далее - Постановление), необходимо учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускается сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

Исходя из указанной позиции, а также [статьи 14.3](#) Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции", [письма](#) ФАС России от 24.12.2015 N ИА/74666/15, под некорректным сравнением следует понимать сравнение хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе:

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов "лучший", "первый", "номер один", "самый", "только", "единственный", иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными;

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в котором отсутствует указание конкретных сравниваемых характеристик или параметров либо результаты сравнения не могут быть объективно проверены;

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, основанное исключительно на незначительных или несопоставимых фактах и содержащее негативную оценку деятельности хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товара.

Указанная позиция законодателя и антимонопольного органа соотносится с принципами добросовестной конкуренции и достоверности сообщаемых

сведений о рекламодателях, их товарах, работах и услугах в рекламе, запретом на использование в отношении и потребителей, и конкурентов (конкретных или неопределенных) недобросовестных способов привлечения внимания к объекту рекламирования.

Таким образом, некорректное сравнение может быть осуществлено как с конкретным хозяйствующим субъектом-конкурентом (товаром, работой, услугой), так и в отношении неограниченного круга хозяйствующих субъектов-конкурентов и (или) их товаров.

При этом некорректное сравнение может быть двух видов: как негативным (иметь цель принизить товаров конкурента, превознося свои), так и позитивным (не ослабляет репутацию товара конкурента, а наоборот, использует ее).

Кроме того, некорректное сравнение может быть построено с использованием неправильных логических операций таким образом, что его достоверность объективно не может быть ни подтверждена, ни опровергнута.

В настоящем случае, использование в спорной рекламе выражения "качество выше, цены ниже" направлено на распространение позитивной информации в отношении рекламируемого товара путем некорректного сравнения с другим товарами, выраженном в акцентировании на неподтвержденные в тексте рекламы преимущества рекламируемого товара.

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 N 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 - "цен и качества товаров и услуг сети АЗС «Змей Горыныч»" над аналогичными товарами и услугами иных хозяйствующих субъектов, что может вызвать неверные представления у потребителей относительно объекта рекламирования и негативно повлиять на выбор иной сети АЗС.

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 рекламодаатель не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства.

Таким образом, в вышеуказанной рекламе присутствует информация сравнительной характеристики "качество выше, цена ниже" без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, что нарушает требования [пункта 1 части 2](#), [пункта 1 части 3 статьи 5](#) ФЗ "О рекламе".

Определением о возбуждении дела № 61-05-1/2018 от 09.02.2018 (исх.№ 482) у

ООО «СВС» запрошены документы и сведения, необходимые для рассмотрения дела, в том числе мотивированное письменное пояснение по факту нарушения рекламного законодательства.

В соответствии с определением ООО «СВС» представило объяснение, из которого следует следующее.

АЗС «Змей Горыныч» проводилась рекламная акция с 04.01.2018 по 06.01.2018, суть которой скидки на топливо путем его реализации по цене 35 рублей за 1 литр топлива любого вида (АИ-92, АИ-92, премиум, АИ-95), что подтверждается приложенными кассовыми чеками. Следовательно, реклама направлена на сравнение различных марок топлива, реализуемого в сети АЗС «Змей Горыныч», и не связана с их сравнением с товарами, реализуемыми другими продавцами.

На основании изложенного Комиссия Рязанского УФАС России считает установленным нарушение ООО «СВС» [пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5](#) Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», так как в рассматриваемой рекламе отсутствует указание на конкретный критерий, с помощью которого указанная в рекламе информация может быть подтверждена или опровергнута объективными данными и по которому возможно осуществить сравнение. Кроме того, указание в данной рекламе наименования заправки и стоимости бензина не может служить достаточным подтверждением достоверности преимущества бензина АЗС «Змей Горыныч» в качестве и в цене по сравнению с аналогичными товарами других производителей.

Общее восприятие рекламы не содержит соответствующие действительности сведения, вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку преимущества рекламируемого бензина АЗС «Змей Горыныч» 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 должна соответствовать реальной действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Кроме того, обществом не предоставлено документальных доказательств, содержащих сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями.

Руководствуясь [пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36](#) Федерального закона от 13.03.2006 N 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 N 508, Комиссия Кемеровского УФАС России,

решила:

1. Признать ненадлежащей рекламу ООО «СВС» (ИНН 7736267013; г. Москва, ул. Фотиевой, д.6, корп. 1, пом. Н-6, 119333), размещенную с 25 по 29 декабря 2017 в эфире на радиостанции «Радио 7 –Рязань 105,0 FM» по будням с 7 час. 00 мин. до 21 час. 00 мин., в выходные с 8 час. 00 мин. до 20 час. 00 мин. в г. Рязани, поскольку в ней нарушены требования [пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5](#) Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание об устранении нарушения законодательства о рекламе не выдавать в связи с окончанием срока распространения рекламы в эфире радиостанции «Радио 7 –Рязань 105,0 FM».

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

<...>