

Исх. №АЯ-08/3412 от 24.03.2021

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

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

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

<...> – (должностное лицо)

рассмотрев дело №016/05/5-199/2021 в отношении ИП ФИО1 (<...>) по факту распространения рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» следующего содержания: «Реклама СЕМЕЙНОЕ КАФЕ CLAUDE MONET У НАС САМОЕ ВКУСНОЕ И ПОЛЕЗНОЕ ДЕТСКОЕ МЕНЮ МОСКОВСКАЯ 58», что имеет признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствии:

– ИП ФИО1 (не явилась, извещена надлежащим образом).

УСТАНОВИЛА:

В ходе государственного надзора Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» был обнаружен факт распространения информации, с текстом: «Реклама СЕМЕЙНОЕ КАФЕ CLAUDE MONET У НАС САМОЕ ВКУСНОЕ И ПОЛЕЗНОЕ ДЕТСКОЕ МЕНЮ МОСКОВСКАЯ 58», содержащей признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан осуществлен акт осмотра и исследования сайта информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» от 23 ноября 2020 г. В результате чего было зафиксировано указание на сайте слов «Самое вкусное и полезное». Также в акте осмотра отмечается, что на сайте отсутствует указание на конкретные характеристики или параметры сравнения, имеющих объективное подтверждение.

На рекламном макете указана информация, с текстом: «Реклама СЕМЕЙНОЕ КАФЕ CLAUDE MONET У НАС САМОЕ ВКУСНОЕ И ПОЛЕЗНОЕ ДЕТСКОЕ МЕНЮ МОСКОВСКАЯ 58» без конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение.

Для полного, всестороннего и объективного исследования обстоятельств Управлением был направлен запрос в ПАО «МегаФон».

Согласно информации, предоставленной ПАО «МегаФон» и согласно данных билинговой системы абонентский номер <...> указанный в социальной сети Instagram зарегистрирован за ФИО1 (<...>) на основании договора об оказании услуг связи №<...> от <...> г.

14.12.2020г. сотрудниками Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан была совершена сделка по покупке в семейном кафе CLAUDE MONET блюда «Сerpentaйн» на сумму 340 (триста сорок) руб. 00 коп. доказательством совершения сделки является кассовый чек, в котором указано ФИО

индивидуального предпринимателя (ИП ФИО1), порядковый номер кассового чека (Чек №101454), стоимость покупки (340 руб.), дата и время покупки (14.12.2020 12:37), место расчета (г. Казань, ул. Московская, д. 58/5) и т.д.

Кассовый чек является доказательством того, что товар приобретался у индивидуального предпринимателя, в качестве наименования организации указана фамилия индивидуального предпринимателя – ИП ФИО1

В соответствии с выпиской из ЕГРЮЛ <...> от 08.02.2021г. ФИО1 является индивидуальным предпринимателем и осуществляет, в том числе следующие виды деятельности: 56.10 Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания, 56.21 Деятельность предприятий общественного питания по обслуживанию торжественных мероприятий.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе определено, что реклама – 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.

Вышеуказанная реклама с текстом: «Реклама СЕМЕЙНОЕ КАФЕ CLAUDE MONET У НАС САМОЕ ВКУСНОЕ И ПОЛЕЗНОЕ ДЕТСКОЕ МЕНЮ МОСКОВСКАЯ 58» содержит все необходимые признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к товарам, реализуемым соответствующим рекламодателем.

Согласно пункту 1 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.

В соответствии с пунктом 9 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Закона о рекламе при анализе информации, содержащейся в рекламе, судам необходимо иметь в виду, что рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся.

Суды должны учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

Поэтому реклама может быть признана недостоверной и в том случае, когда сведения, не соответствующие фактическим обстоятельствам, касаются деятельности (товара) конкурентов.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона 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 п. 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона о рекламе, при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего.

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.

Согласно пункту 4 части 2 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

Исходя из анализа текста: «Реклама СЕМЕЙНОЕ КАФЕ CLAUDE MONET У НАС САМОЕ ВКУСНОЕ И ПОЛЕЗНОЕ ДЕТСКОЕ МЕНЮ МОСКОВСКАЯ 58», размещенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», следует, что сравнение проводится с аналогичными услугами, которые оказывают иные участники товарного рынка.

В данном случае отсутствуют параметры по которым можно было объективно проверить достоверность указанного сравнения, а именно определить на основании какого критерия у семейного кафе CLAUDE MONET самое вкусное и полезное детское меню.

Использование сведений о преимуществах оказываемых услуг не противоречит законодательству о рекламе, в случае если такое преимущество подтверждено документально.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», «единственный», «самый» должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

При этом, статьей 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» установлено, что актом недобросовестной конкуренции признается сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов, в том числе «лучший», "первый", "номер один", «самый», «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.

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 (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

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.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации является ненадлежащей.

Из положений части 6 статьи 38 Закона о рекламе следует, что за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2 статьи 5, пунктом 1 части 3 статьи 5 указанного закона, ответственность несет рекламодаделец.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с информацией, предоставленной ПАО «Мегафон», рекламодателем указанной рекламы является ИП ФИО1 (<...>).

На основании пункта 6 Постановления Правительства Российской Федерации от 24.11.2020г. №1922 «Об утверждении правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», ФАС России наделило Татарстанское УФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, по факту распространения в сети «Интернет» рекламы с выражением: «Реклама СЕМЕЙНОЕ КАФЕ CLAUDE MONET У НАС САМОЕ ВКУСНОЕ И ПОЛЕЗНОЕ ДЕТСКОЕ МЕНЮ МОСКОВСКАЯ 58», содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе в отношении ИП ФИО1.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламоделами, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

О дате, времени и месте рассмотрения настоящего дела ИП ФИО1 надлежащим образом уведомлена, путем направления в адрес регистрации ИП ФИО1 заказного письма с почтовым уведомлением о вручении, которое согласно сервису «Отслеживания почтовых отправлений», письмо с почтовым идентификатором <...> вручено адресату 18.02.2021 г. в 17:38.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать рекламу с текстом: «Реклама СЕМЕЙНОЕ КАФЕ CLAUDE MONET У НАС САМОЕ ВКУСНОЕ И ПОЛЕЗНОЕ ДЕТСКОЕ МЕНЮ МОСКОВСКАЯ 58», распространенную в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», не соответствующей требованиям пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Рекламодателем признать ИП ФИО1 (<...>).

Предписание об устранении нарушений требований действующего законодательства Российской Федерации о рекламе ИП ФИО1 не выдавать, в связи с удалением рекламы с текстом: «Реклама СЕМЕЙНОЕ КАФЕ CLAUDE MONET У НАС САМОЕ ВКУСНОЕ И ПОЛЕЗНОЕ ДЕТСКОЕ МЕНЮ МОСКОВСКАЯ 58» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

Члены Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

<...> – (должностное лицо)