АЯ-08/5218 от 21.04.2020

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 №016/05/5-113/2019 в отношении <…>, <…> и ООО "Профи" (420021, РТ, г. Казань, ул. Салиха Сайдашева, д. 21, оф. 1, ОГРН: 1161690110120, Дата присвоения ОГРН: 03.06.2016, ИНН: 1659172437, КПП: 165901001) на предмет соблюдения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

в отсутствии:

- представителей ООО "Профи"

- <…>

- <…>,

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения государственного надзора, Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) был установлен факт распространения рекламы на транспортном средстве ВАЗ-21113 с регистрационным знаком Р876НО 43, на территории города Казани, следующего содержания: «Компания №1 по автомобильным коврикам», которая имеет признаки нарушения Федерального закона от 13 марта 2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Согласно части 1 статьи 3 Закона «О рекламе», под рекламой понимается 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.

Информация со сведениями: «Компания №1 по автомобильным коврикам» в силу статьи 3 Закона «О рекламе» является рекламой, поскольку направлена на привлечение внимания и формирование интереса со стороны потребителей к услугам <…>, <…>, ООО «Профи».

Объектом рекламирования является интернет магазин ООО «Профи» (eva-profy.ru) по продаже автомобильных ковриков.

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 4 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе» является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

Согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального 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.

Согласно статье 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции», не допускается недобросовестная конкуренция путем некорректного сравнения хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе:

1) 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;

2) 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;

3) 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.

Согласно пункту 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.

Согласно пункту 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.

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

Реклама с текстом «Компания №1 по автомобильным коврикам» путем использования обозначения "№1" создаёт впечатление о превосходстве товара ООО «Профи» над другими хозяйствующими субъектами-конкурентами, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение. Использование в рекламе сравнительной характеристики товара путем употребления обозначения "№1", должно производиться с указанием конкретного критерия по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

В пункте 1 статьи 3 Закона «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 Закона «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.

С учетом изложенного, реклама с текстом следующего содержания: «Компания №1 по автомобильным коврикам» имеет признаки нарушения пунктов 1, 4 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

Согласно информации, предоставленной ПАО "МТС", телефонный номер <…> принадлежит <…>.

Согласно информации, предоставленной ООО "Т2 Мобайл", телефонный номер <…> принадлежит <…>.

ООО «Профи» и представило свидетельство о регистрации вышеуказанного ТС (№842156) марки ВАЗ-21113 с регистрационным знаком Р876НО 43, на котором распространялась реклама с текстом «Компания №1 по автомобильным коврикам».

Реклама с текстом «Компания №1 по автомобильным коврикам» привлекает внимание к услугам ООО «Профи», так как на транспортном средстве указан сайт ООО «Профи» eva-profy.ru.

На заседании Комиссии от 11.03.2020 ООО «Профи» признало факт нарушения.

С учетом изложенного, реклама с текстом следующего содержания: «Компания №1 по автомобильным коврикам» имеет признаки нарушения пунктов 1, 4 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных пунктами 1, 4 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5

Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель.

Статьей 3 Закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Из указанного определения следует, что рекламодателем может быть как лицо, заинтересованное в реализации объекта рекламирования (изготовитель товара, продавец товара, лицо, оказывающее услуги), так и иное лицо, если указанное лицо совершило действия по выбору объекта рекламирования (под которым понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама) и содержания рекламной информации. При этом отнесение того или иного лица к рекламодателю осуществляется исходя из объекта рекламирования, к которому формируется интерес в рекламе, условий договора о распространении рекламы, а также иных обстоятельств распространения рекламы (письмо ФАС России от 31.05.2016 N АК/36350/16 «О разъяснении отдельных положений Федерального закона «О рекламе»).

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных пунктами 1, 4 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель.

Рекламодателем является <…>, <…> и ООО "Профи" (420021, РТ, г. Казань, ул. Салиха Сайдашева, д. 21, оф. 1, ОГРН: 1161690110120, Дата присвоения ОГРН: 03.06.2016, ИНН: 1659172437, КПП: 165901001).

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

Признать не надлежащей рекламу с текстом «Компания №1 по автомобильным коврикам», размещённую в г. Казани, на транспортном средстве ВАЗ-21113 с регистрационным знаком Р876НО 43», <…>, <…>, ООО "Профи" (420021, РТ, г. Казань, ул. Салиха Сайдашева, д. 21, оф. 1, ОГРН: 1161690110120, Дата присвоения ОГРН: 03.06.2016, ИНН: 1659172437, КПП: 165901001) в силу пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Предписание не выдавать, так как были представлены доказательства об устранении нарушений требований действующего законодательства Российской Федерации о рекламе.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о необходимости возбуждения дела об административном правонарушении.

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)