

Решение

<...>

<...>

## **РЕШЕНИЕ**

25 октября 2023 года

(изготовление решения в полном объеме)

19 октября 2023 года

(оглашение резолютивной части) г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Комиссия, Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе:

председатель Комиссии: <...>;

члены Комиссии: <...>; <...>;

рассмотрев дело № 011/05/5-807/2023, возбуждённое в отношении индивидуального предпринимателя <...> по факту распространения посредством

размещения на фасаде здания, над входом в нежилое помещение, расположенное по адресу: Республика Коми, г. Печора, ул. Гагарина, д. 7, а также на пристройке к указанному зданию рекламы с использованием сравнительной характеристики в превосходной степени с признаками нарушения требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствие: заявителя - <...>, <...>, надлежащим образом извещённых о дате, времени и месте рассмотрения дела,

## **УСТАНОВИЛА:**

В Коми УФАС России поступило заявление <...> от 10.08.2023, направленное письмом Печорской межрайонной прокуратуры от 21.08.2023 № 20870008-р-228-23/572-20870008 (вх. № 5615/23 от 25.08.2023), о ненадлежащей рекламе с использованием сравнительной характеристики в превосходной степени.

В результате рассмотрения материалов заявления и материалов дела № 011/05/5-807/2023 (далее – рекламное дело) установлено нижеследующее.

На фасаде здания, над входом в нежилое помещение, расположенное по адресу: Республика Коми, г. Печора, ул. Гагарина, д. 7, а также на пристройке к указанному зданию размещена информация следующего содержания: «Суши time Самые вкусные роллы и пицца».

Из имеющихся материалов усматривается, что в указанной пристройке размещена торговая точка «Суши time».

В соответствии с положениями, установленными п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, 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.

Согласно пунктам 2, 5 ч. 2 ст. 2 Закона о рекламе настоящий Федеральный закон не распространяется на:

- информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом;
- вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

Согласно пункту 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» не может быть квалифицирована в качестве рекламы информация, которая обязательна к размещению в силу закона или размещается в силу обычая делового оборота. Не следует рассматривать в качестве рекламы и размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной

информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

В соответствии с пунктом 18 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» сведения, распространение которых по форме и содержанию является для юридического лица обязательным на основании закона или обычая делового оборота, не относятся к рекламной информации независимо от манеры их исполнения на соответствующей вывеске, в том числе с использованием товарного знака.

Согласно части 1 статьи 9 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы. Продавец (исполнитель) размещает указанную информацию на вывеске.

С учетом положений пункта 1 статьи 9 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» указание на здании в месте нахождения организации ее наименования, в том числе выполненного с использованием товарного знака или его части, адреса и режима работы организации относится к обязательным требованиям, предъявляемым к вывеске Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей», следовательно, такая информация не может рассматриваться в качестве рекламы, независимо от манеры ее исполнения.

Кроме того, указание в месте нахождения организации профиля ее деятельности (аптека, кондитерская, ресторан) либо ассортимента реализуемых товаров и услуг (хлеб, продукты, мебель, вино, соки), может быть признано обычаем делового оборота, соответственно, на конструкции с такой информацией нормы Закона о рекламе не распространяются.

Вместе с тем законодательство, в том числе статья 9 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» не содержит указания на то, что информация о характеристиках реализуемых товаров, о проводимых организацией акциях и/или скидках или лозунги, слоганы являются обязательными к размещению на вывесках. Следовательно, конструкции, содержащие информацию о характеристиках реализуемых товаров, о проводимых организацией акциях и/или скидках, либо различные лозунги, слоганы, либо иную информацию об определенном лице или товаре, не обязательную к размещению, могут быть расценены как вывески, содержащие сведения рекламного характера, и на такие конструкции распространяются требования Закона о рекламе, в том числе в случае их размещения в месте нахождения организации. Указанная позиция подтверждается, в том числе решениями судов по делам № А28-12028/2016, № А43-17212/2015, № А51-3119/2010, № А51-7177/2009.

Учитывая вышеизложенное, усматривается, что информация следующего содержания: «Суши time Самые вкусные роллы и пицца», размещенная в месте реализации товара (оказания услуг), не является обязательной в силу Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», направлена на привлечение

внимания к конкретному объекту рекламирования и обладает признаками рекламы.

Вышеуказанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения на фасадной части здания, а также на пристройке к зданию;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – «Суши time», роллам, пицце, формирование или поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, информация следующего содержания: «Суши time Самые вкусные роллы и пицца», является рекламой (далее - рассматриваемая реклама).

В силу ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с п. 1 ч. 3 ст. 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 п. 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что 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).

Рассматриваемая реклама содержит указание на самые вкусные роллы и пиццу, тем самым указывая на преимущество рекламируемого товара. Однако реклама не содержит указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

В связи с чем, рассматриваемая реклама размещена с нарушением требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

В силу ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных п. 1 ч.

3 ст. 5 Закона о рекламе, ответственность несёт рекламодатель.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч. 6 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Согласно информации, представленной Администрацией МР «Печора», деятельность по оказанию услуг по доставке готовых блюд сервиса «Суши time» в г. Печоре осуществляет индивидуальный предприниматель <...>.

В связи с чем, по результатам рассмотрения материалов принято решение о возбуждении дела № 011/05/5-807/2023 в отношении <...> по признакам нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, о чём вынесено соответствующее определение № ПК/5876/23 от 22.09.2023.

Согласно письменным пояснениям <...>, представленным в материалы рекламного дела, рассматриваемая реклама была заказана <...> и изготовлена частным лицом без оформления документов. Точная дата размещения рассматриваемой рекламы не известна. Вместе с тем, рассматриваемая реклама распространялась с середины 2023 года и только по адресу: Республика Коми, г. Печора, ул. Гагарина, д. 7. К настоящему времени нарушение законодательства о рекламе прекращено 11.10.2023 (в подтверждение представлена фотография фасада здания, над входом в нежилое помещение, расположенное по адресу: Республика Коми, г. Печора, ул. Гагарина, д. 7). Причиной распространения рассматриваемой рекламы без соблюдения требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе является незнание законодательства. <...> вину свою признает в полном объеме.

Таким образом, из имеющихся в материалах дела документов следует, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является <...>.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований, установленных п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, произошло по вине <...>.

Из материалов рекламного дела усматривается, что <...> не предпринято должных мер, направленных на соблюдение требований законодательства Российской Федерации о рекламе при изготовлении рассматриваемой рекламы, что и привело к нарушению.

Таким образом, <...> нарушены требования п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рассматриваемые рекламы

размещены на территории г. Печоры Республики Коми.

Как следует из письменных пояснений <...>, представленных в материалы рекламного дела, рассматриваемая реклама была размещена в середине 2023 г. по 11.10.2023. Следовательно, из материалов рекламного дела усматривается, что период размещения рассматриваемой рекламы – с середины 2023 г. по 11.10.2023.

Также <...> в письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, просит назначить ей наказание в виде предупреждения.

В силу пп. «в» п. 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922, резолютивная часть решения по делу должна содержать указание на необходимость применения мер ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Привлечение к административной ответственности осуществляется в рамках административного производства в соответствии с КоАП РФ.

В связи с вышеизложенным, материалы рекламного дела подлежат передаче уполномоченному должностному лицу для возбуждения в отношении <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Заявленное <...> ходатайство о применении в отношении <...> меры наказания в виде предупреждения подлежит рассмотрению, в силу п. 6 ч. 1 ст. 29.7 КоАП РФ, при рассмотрении дела об административном правонарушении. Комиссия в ходе рассмотрения настоящего рекламного дела не правомочна выносить решение по указанному ходатайству

<...> в материалах рекламного дела представлена фотография фасада здания, над входом в нежилое помещение, расположенное по адресу: Республика Коми, г. Печора, ул. Гагарина, д. 7, из которой следует, что часть текста рассматриваемой рекламы, а именно сравнительная характеристика в превосходной степени, удалены.

Комиссией установлено, что на дату вынесения решения факт распространения рассматриваемой рекламы не имеет места.

В связи с чем, Комиссия сочла нецелесообразной выдачу <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-48, 54 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

## РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, распространенную посредством размещения на фасаде здания, над входом в нежилое помещение, расположенное по адресу: Республика Коми, г. Печора, ул. Гагарина, д. 7, а также на пристройке к указанному зданию рекламы с использованием сравнительной характеристики в превосходной степени, следующего содержания: «Суши time Самые вкусные роллы и пицца», ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы <...> не выдавать, поскольку распространение рекламы, указанной в п. 1 настоящего решения, прекращено.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 25 октября 2023 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня принятия решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

\_\_\_\_\_ <...>

Члены Комиссии

\_\_\_\_\_ <...>

\_\_\_\_\_ <...>

2023-4216