

Исх. №АР-08/6707 от 08.05.2019 г.

Я, <...> – (должностное лицо), рассмотрев материалы дела в отношении ООО <...> на предмет соблюдения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) поступило обращение (Вх. №5925/ж от 10.04.2019 г.) по факту размещения недостоверной рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», содержащей не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, что имеет признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N38-ФЗ «О рекламе».

В поисковой системе «Яндекс» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» распространялась реклама следующего содержания: «Реклама в автобусах Казани-реклама в транспорте! sbkfm.su реклама Единственные поставщики рекламной площади в автобусах. 600 автобусов. 42 маршрута! Контактная информация +7 (843) 245-05-05».

Термин "единственный" имеет следующее значения:

только один, всего один (Толковый словарь Кузнецова);

только один (Толковый словарь Ожегова);

один или единый, чему нет ровни, ни дружки; несравненный; исключительный; одиночный, единичный, лишь один. (Толковый словарь Даля).

Следовательно, слово "единственный" в контексте рекламной информации формирует представление о ООО <...>, как об основной среди других подобных, имеющей наибольшее значение, влияние, признание, первенствующей в данном сегменте.

При этом использованная в рекламе сравнительная характеристика ("единственные") не содержит критериев, по которым осуществляется сравнение.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда (N 58 от 8 октября 2012 г.) "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" необходимо исходить из того, что 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 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.

Из данных разъяснений следует, что отсутствие критериев сравнения в рекламе

допускает возможность проведения потребителями такого сравнения по любому показателю, то есть, словосочетание «единственные поставщики» означает, что Общество «СБК» превосходит любое другое предприятие по всем оценочным критериям.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона 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.

Следовательно, реклама «Единственные поставщики рекламной площади в автобусах. 600 автобусов 42 маршрута!» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение с другими предприятиями, нарушает указанные требования Закона.

Реклама не содержит прямого сравнения с конкретными хозяйствующими субъектами, но рекламное утверждение "Единственные поставщики" позволяет сделать вывод о том, что Общество <...> сравнивается со всеми участниками рынка.

Некорректное сравнение в рекламе выражено в том, что рекламодаделец определил себя как главного среди аналогичных предприятий, не указав конкретный источник информации: результаты исследований, рейтинг, опрос общественного мнения, иное.

Таким образом, рекламная информация "Мы главные по шинам" содержит признаки нарушений пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона "О рекламе" в части указания недостоверных сведений о преимуществе объекта рекламирования и некорректного сравнения с иными хозяйствующими субъектами.

Рассматриваемая реклама содержит информацию, адресованную неопределенному кругу лиц, т.к. нельзя заранее определить получателей данной информации и она может представлять интерес и доступна также и иным лицам, не только входящих в целевую аудиторию ООО <...>. Данная позиция согласуется с позицией ФАС России, изложенной в письме от 20.06.2018 N АД/45557/18 "Об оценке неопределенного круга лиц в рекламе".

Формой распространения является демонстрация текстового сообщения.

Указанная информация направлена на привлечение внимания к услугам ООО <...>.

Таким образом, вышеназванная информация содержит все признаки рекламы:

- является информацией;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания, учитывая это, данная реклама соответствует определению рекламы.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" 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", "самый" 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).

В указанной рекламе нет подтверждения факта, что данное Общество является "единственным поставщиком" (на какой территории, по каким параметрам или характеристикам), т.е. утверждение «Единственные поставщики» ничем не подтверждается.

Таким образом, использование в спорной рекламе «Реклама в автобусах Казани-реклама в транспорте! sbktn.su реклама Единственные поставщики рекламной площади в автобусах. 600 автобусов. 42 маршрута! Контактная информация +7 (843) 245-05-05», напрямую противоречит вышеприведенной норме.

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей (пункт 4 статьи 3 Закона о рекламе).

Таким образом, в рассматриваемой рекламе В поисковой системе «Яндекс» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» распространялась реклама следующего содержания: «Реклама в автобусах Казани-реклама в транспорте! sbktn.su реклама Единственные поставщики рекламной площади в автобусах. 600 автобусов. 42 маршрута! Контактная информация +7 (843) 245-05-05» в нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе использованы не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодаделец.

Согласно материалам дела, рекламодателем является ООО <...>

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

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу №016/05/5 -550/2019 по признакам нарушения части 10 статьи 7 Закона «О рекламе».

2. Назначить дело №016/05/5 - 550/2019 к рассмотрению на 24 мая 2019 г. в 13 час. 30 мин. по адресу: г. Казань, ул. Московская, д. 55, кабинет 217 (зал заседаний).

3. Признать лицом, участвующим в деле, в действиях которого содержатся признаки нарушения Закона «О рекламе» ООО <...>;

4. ООО <...> в срок до 20 мая 2019 года представить в Татарстанское УФАС России надлежащим образом заверенные копии следующих документов и материалов (на электронную почту <...> с дублированием <...>) согласно следующему перечню:

учредительные документы;

свидетельство о государственной регистрации юридического лица, ИНН;

информация о сферах деятельности ООО <...> с приложением подтверждающих документов;

информация о должностном лице, ответственном за изготовление, размещение и распространение вышеуказанных рекламных материалов, с приложением копии документа удостоверяющего личность, содержащего информацию о дате рождения, место рождения, кем и когда выдан данный документ, адреса места регистрации (жительства), копии приказов о приеме на работу, должностных инструкции;

копии всех договоров на изготовление, размещение и распространение вышеуказанных рекламных материалов, с приложением документов подтверждающих исполнение указанного договора (акт выполненных работ, счет на оплату, платежное поручение и т.д.), в том числе документы и договора, на распространение вышеуказанных рекламных материалов на ТС и в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» в поисковой системе «Яндекс»;

письменные пояснения по фактам, изложенным в настоящем определении;

иные документы и сведения, имеющие значение для дела, при наличии возражений – нормативное и документальное их обоснование.

В случае если какие-либо пункты не реализованы (отсутствуют), указать мотивированную причину отсутствия данных документов или сведений.

При подготовке ответа на данный запрос, просим формировать ответ по пунктно, согласно списку запрашиваемой информации, а также в сопроводительном письме необходимо указать ссылку на исходящий номер <...> указанный в левом верхнем углу первой страницы запроса.

Непредставление в установленный срок сведений по требованию антимонопольного органа, либо представление заведомо недостоверных сведений (информации) влечёт административную ответственность, предусмотренную частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Явка ООО <...> в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

<...>

(Должностное лицо)