

Заявителю

<...>

Лицу, в действиях которого  
содержатся признаки  
нарушения законодательства о  
рекламе

<...>

## **ОПРЕДЕЛЕНИЕ**

### **об отложении и продлении срока рассмотрения дела № 5-Р-18**

28 марта 2018 года

Абакан

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия (далее - Хакасское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель комиссии: <...>

Члены комиссии: <...>,

в присутствии представителя заявителя – <...>,

в отсутствие представителя <...>, извещенного надлежащим образом о месте и времени рассмотрения дела,

рассмотрев дело № 5-Р-18, возбужденного в отношении <...> по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы следующего содержания: <...> (далее по тексту - реклама),

### **УСТАНОВИЛА:**

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия (далее по тексту – Хакаское УФАС России) 15.01.2018 г. (вх. № 145) поступило обращение <...> о наличии признаков нарушения законодательства о рекламе в рекламе, распространенной в г. Абакане следующего содержания: <...>.

Хакасским УФАС России 08.01.2018 г. за исх. № 04-322/ИС был направлен запрос в ПАО «Мегафон» относительно принадлежности указанного в рекламе номера телефона.

26.01.2018 г. (вх. № 87/ДСП) от ПАО «Мегафон» поступила копия договора. на оказание услуг связи с тарифным планом корпоративный безлимит, заключенного с <...>. Согласно приложению от 27.09.2017 г. к данному договору <...> в соответствии с тарифом корпоративный безлимит были выделены 31 абонентский номер <...> в том числе, абонентский номер телефона <...>, указанный в рекламе.

Согласно сведениям из единого государственного реестра юридических лиц интернет-сайта <https://egrul.nalog.ru/> одним из учредителей <...> является <...>, что согласно статье 9 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», является группой лиц.

Из сведений, полученных с официального интернет-сайта <...>, деятельность с корпоративными номерами телефонов, выделенных ПАО «Мегафон» <...> по договору осуществляет <...> в своих офисах в с. Аскиз Республики Хакасия, в г. Новосибирске, в г. Ужуре Красноярского края, в г. Барнауле Алтайского края, в г. Кызыле Республики Тыва, в г. Минусинске Красноярского края, в г. Ачинске Красноярского края, в г. Шарыпово Красноярского края, в с. Шира Республики Хакасия.

Таким образом, из содержания рекламы и имеющихся документов следует, что реклама распространяется в интересах <...>.

Согласно пункту 1 части 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе объект рекламирования - 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.

Частью 1 статьи 5 Закона о рекламе установлено, что недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

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: «самый», «дешевле», «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

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.

Реклама должна оцениваться по тому воздействию, которое она может оказать. В соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ, она должна носить понятный, не двусмысленный характер, и не должна вводить потребителя в заблуждение.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 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 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 деятельности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами ([пункт 1 части 3 статьи 5](#) Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ).

Согласно словарю Ожегова С.И. слово «самый» - при прилагательном образует его превосходную степень, а при существительном указывает на крайнюю степень количества или качества. С. хороший. С. модный. Самая малость. Самые пустяки.

Так как в выражении «Самая низкая комиссия» не указано среди каких организаций действует данное утверждение.

Таким образом, выражение «самая низкая комиссия» не имеет конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Данная реклама содержит признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, согласно которому 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 части 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель. На основании имеющихся материалов в деле, рекламодателем является <...>.

Определением от 28.02.2018 г. в отношении <...> возбуждено дело № 5-Р-18 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрение дела назначено на 28.03.2018 г.

Данным определением у <...> были истребованы документы и сведения относительно распространения рекламы.

Однако в установленный Хакасским УФАС России срок каких-либо документов и сведений не поступило.

В соответствии с пунктом 34 Правил рассмотрения дел по рекламе, рассмотрение дела может быть отложено антимонопольным органом с указанием даты и времени его рассмотрения: в случае неявки на рассмотрение дела в антимонопольный орган лица (лиц), участвующего (участвующих) в деле, если антимонопольный орган примет решение о невозможности рассмотрения дела в отсутствие данного лица (лиц); в связи с необходимостью получения антимонопольным органом либо

лицом, участвующим в деле, дополнительных доказательств.

На заседании комиссии 28.03.2018 г. Комиссия Хакасского УФАС России рассмотрев материалы дела, приходит к выводу о необходимости отложения рассмотрения дела № 5-Р-18 в связи с необходимостью получения антимонопольным органом, дополнительных документов и пояснений.

В соответствии с пунктом 27 Правил рассмотрения дел по рекламе, дело рассматривается антимонопольным органом в течение 1-го месяца со дня его возбуждения. В исключительных случаях срок рассмотрения дела может быть продлен антимонопольным органом, но не более чем на 2 месяца.

Поскольку дело № 5-Р-18 возбуждено 28 февраля 2018 года, 28 марта 2018 года истек месячный срок рассмотрения дела, имеются основания для продления рассмотрения настоящего дела.

Руководствуясь пунктами 27, 34 Правил рассмотрения дел по рекламе, Комиссия,

### **ОПРЕДЕЛИЛА:**

1. Продлить срок рассмотрения дела № 5-Р-18 на 2 месяца.
2. Рассмотрение дела № 5-Р-18 отложить.
3. Назначить дело к рассмотрению на \_\_ \_\_\_\_\_ 2018 г. в \_\_ часов \_\_ минут по адресу: г. Абакан, ул. Вяткина, 3, каб.303.
4. <...> в срок до **20 марта 2018 года** предоставить в адрес Хакасского УФАС России следующие документы и сведения:
  - 1) распространялась ли данная реклама в иных местах на территории Республики Хакасия и других субъектах Российской Федерации, подтвердить документально;
  - 2) Письменные пояснения по существу рассматриваемого дела, в том числе, о контактных данных лица по имени <...>, которому был передан в пользование корпоративный номер телефона <...>;
  - 3) Иные документы и сведения, имеющие значение для рассмотрения дела, по своему усмотрению (при их наличии).

Заявителю – <...>, представителю <...> – лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе,

предлагается принять участие при рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

**Разъясняем, что непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде, либо представление недостоверных сведений (информации) – влечет административную ответственность по части 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.**

Председатель комиссии

<...>

Члены Комиссии:

<...>