

АЯ-08/10188 от 03.08.2020

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 №016/05/5-1075/2020 в отношении ИП Самигулина Ильдара Рашитовича (10.04.1986г. рождения, 461705, обл. Оренбургская, р-н Асекеевский, п. Отделение 3, ул. Дроздовой, д. 23 кв. 2, ИНН 562201949570, ОГРНИП 319169000097925) по факту размещения рекламы с текстом: «#ildar\_kuhni самые низкие цены Казань 70% заказали у нас кухня по рекомендации», в социальной сети Instagram, что имеет признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

в отсуствии:

- ИП Самигулина Ильдара Рашитовича (извещен)

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения государственного надзора в сфере рекламы Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) был установлен факт распространения рекламы с текстом: «#ildar\_kuhni самые низкие цены Казань 70% заказали у нас кухня по рекомендации», в социальной сети Instagram, что имеет признаки нарушения Закона «О рекламе».

Объектом рекламирования являются кухни, продаваемые в г. Казани.

Вышеуказанный рекламный текст: ««#ildar\_kuhni самые низкие цены Казань 70% заказали у нас кухня по рекомендации» может вводить потребителей в заблуждение относительно преимуществ рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения, а именно о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

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 рекламная информация содержит все необходимые юридические 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 соответствующими рекламодателями.

Применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени, например утверждений о «самом», «лучшем», «абсолютном», «единственном», «№ 1» и т.п., действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодатель не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства. При этом использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

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 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).

Таким образом, в рекламе: «#ildar\_kuhni самые низкие цены Казань 70% заказали у нас кухня по рекомендации», присутствует информация сравнительной характеристики посредством утверждений «Самые низкие цены» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, что нарушает требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона "О рекламе" ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 5 Федерального закона "О рекламе", несет рекламодатель.

Согласно информации представленной ПАО «МТС», телефонный номер <...> (917) 906-29-07 указанный на странице распространяющей рекламу с текстом: «#ildar\_kuhni самые низкие цены Казань 70% заказали у нас кухня по рекомендации», зарегистрирован за отношении ИП Самигуллиным Ильдаром Рашитовичем (10.04.1986г. рождения, 461705, обл. Оренбургская, р-н Асекеевский, п. Отделение 3, ул. Дроздовой, д. 23 кв. 2).

Рекламодателем в рассматриваемом случае является ИП Самигуллин И.Р.

ИП Самигуллин И.Р. направил ходатайство о рассмотрении Комиссии без его участия.

Рассматриваемая реклама направлена на продажу кухонь по г. Казань и распространялась на территории Республики Татарстан.

Таким образом, учитывая, что реклама, рекламодателем которой является ИП Самигуллин И.Р., распространялась только на территории Республики Татарстан, Татарстанское УФАС России на основании пункта 4 раздела 2 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 N 508 обладает полномочиями для возбуждения и рассмотрения дела в отношении ИП Самигуллина И.Р..

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального 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 ИП Самигулина И.Р. (10.04.1986г. рождения, 461705, обл. Оренбургская, р-н Асекеевский, п. Отделение 3, ул. Дроздовой, д. 23 кв. 2, ИНН 562201949570, ОГРНИП 319169000097925) нарушившим пункт 1 части 2 статьи 5 и пункт 1 части 3 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» в части использования рекламы с текстом «#ildar\_kuhni самые низкие цены Казань 70% заказали у нас кухня по рекомендации» без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение.

Выдать предписание, так как не 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)