

Исх. №04-08/2179 от 14.02.2019 г.

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 №08-249/2018, возбужденное по признакам нарушения п. 1 и 4 ч.2 и п.1 ч.3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закона «О рекламе») в отношении ООО «Успех-пресс» (420073, РТ, г. Казань, ул. Гвардейская, д. 31/42, оф. 4; ОГРН 1091690008992, ИНН/КПП 1660124237/166001001, дата регистрации юридического лица: 25.02.2009 г.) по факту распространения в газете «Газета METRO Казань» выпуск №42 (347) от 29.10.2018 г., рекламы с текстом: «Газета METRO №1 в России»,

- в присутствии представителя ООО «Успех-пресс» <...> по доверенности от 20.01.2019 г.,

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения мониторинга Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) было установлено факт распространения в газете «Газета METRO Казань» выпуск №42(347) от 29.10.2018 г., рекламы с текстом: «Газета METRO №1 в России», которая имела признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

В рассматриваемой рекламе, которая была размещена в газете «Газета METRO Казань» выпуск №42(347) от 29.10.2018 г., указано «Газета METRO №1 в России», однако данное утверждение, о том, что Газета METRO является №1 в России ничем не подтверждено, размещено без указания конкретных характеристик и (или) параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение о его превосходстве перед другими СМИ, что является некорректным сравнением рекламируемой газеты.

В связи с указанными обстоятельствами было возбуждено настоящее дело №08-249/2018.

Проверив обоснованность доводов, содержащихся в письменных объяснениях, а также документах, представленных ответчиком и лицами, участвующими в деле, изучив материалы дела, Комиссия приходит к следующему.

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.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, 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, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, способных вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования.

Реклама СМИ, а именно газеты «METRO Казань», распространяемых и издаваемых (выпускаемых) ООО «Успех-пресс», которые исходя из содержания рекламы является «№1» в России, распространявшаяся, в том числе путем размещения данной рекламы в газете «Газета METRO Казань» выпуск №42(347) от 29.10.2018 г. на территории г.Казани Республики Татарстан, 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 газеты METRO, которые являются №1 в России, что следует из обозначения «Газета METRO №1 в России», призвана формировать и поддерживать интерес к услугам, оказываемым соответствующим рекламодателем.

Таким образом, данная реклама направлена на привлечение внимания потребителей (в том числе рекламодателей иных услуг, которые намерены размещать рекламы) именно к газете «METRO Казань» распространяемых и издаваемых (выпускаемых) ООО «Успех-пресс» на территории г.Казани Республики Татарстан.

Из смысла содержания вышеуказанной рекламы, следует, что газета «METRO Казань» является газетой №1 в России, среди аналогичных газет, выпускаемых другими лицами на территории России.

Данное утверждение обеспечивает преимущество рекламируемой газеты перед аналогичными газетами (СМИ), распространяемых и издаваемых (выпускаемых) другими лицами на территории Республики Татарстан г.Казани и России в целом.

В данном случае, указание в рекламе обозначения «№1», способно оказать влияние на конкуренцию, путем перераспределении спроса так как, по утверждению, содержащемуся в рекламе сама газета является №1, среди других аналогичных газет.

В вышеуказанной рекламе отсутствуют какие-либо указания конкретных характеристик или параметров, на которых основаны сравнения газеты «METRO Казань», имеющих объективное подтверждение, что данная газета является «№1», а также не указаны иные ссылки на анализы и исследования, подтверждающие превосходство данной газеты по сравнению с аналогичными газетами иных лиц на территории Республики Татарстан г. Казани и России.

В Постановлении Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»» в пункте 29 указано, 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, например путем употребления слов "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу, что в рассматриваемой рекламе содержится некорректное сравнение газеты «METRO Казань» с аналогичными газетами, распространяемых и издаваемых (выпускаемых) другими лицами, путем использования обозначения «№1», создающего впечатление о превосходстве газеты «METRO Казань» без указания конкретных характеристик, параметров и результатов исследований, подтверждающих, что данная газета является №1 на территории Республики Татарстан г. Казани (России), что в соответствии с пунктом 1 статьи 14.3 ФЗ «О защите конкуренции» является актом недобросовестной конкуренции.

<...>

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 рекламу газеты «METRO Казань», распространяемой и издаваемой (выпускаемой) ООО «Успех-пресс» с текстом рекламы «Газета METRO №1 в России», распространявшаяся, в том числе путем размещения данной рекламы в газете «Газета METRO Казань» выпуск №42(347) от 29.10.2018 г. на территории г.Казани Республики Татарстан ненадлежащей, недостоверной и несоответствующей п. 1 и 4 ч.2 и п.1 ч.3 ст.5 Закона «О рекламе», в части содержания некорректного сравнения газеты «METRO Казань», с аналогичными газетами, распространяемых и издаваемых (выпускаемых) иных хозяйствующих субъектов путем использования обозначения №1 при указании «Газета METRO №1 в России», без указания конкретных характеристик и (или) параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, что данная газета является «№1», а также без указания ссылок на анализы и исследования, подтверждающие превосходство данной газеты.

Предписание об устранение нарушения пунктов 1 и 4 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе» не выдавать, в связи с добровольным устранением нарушения.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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)