

**Решение по делу № 03-21/51-2016**  
**о признании рекламы ненадлежащей**

**«10»                      октября                      2016                      года**

**г. Йошкар-Ола**

Резолютивная часть решения объявлена: «06» октября 2016 года

Полный текст решения изготовлен: «10» октября 2016 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии –

член Комиссии —

член Комиссии —

рассмотрев дело № 03-21/51-2016, возбужденное в отношении ООО по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы сети магазинов «Газовые технологии» на радиостанции «Блиц FM» (105,5 FM) в присутствии директора ООО Х., ЗАО В. (доверенность),

**УСТАНОВИЛА:**

В целях осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Марийским УФАС России был осуществлен мониторинг рекламы, транслируемой на радиостанции «Блиц FM» (105,5 FM). В ходе мониторинга выявлена реклама следующего содержания: «Сеть специализированных магазинов «Газовые Технологии» предлагает Вам самые популярные модели отопительной техники: настенные и напольные котлы, плиты и вытяжки, колонки и водонагреватели, счетчики, запчасти и многое другое. Мы проектируем и монтируем объекты любой сложности. «Газовые технологии» Ураева, 3 и Луначарского, 83, т. 213-505», которая содержит признаки нарушения законодательства о рекламе.

Комиссия Марийского УФАС России, рассмотрев материалы дела, выслушав позиции лиц, участвующих в деле, считает указанную рекламу ненадлежащей по следующим основаниям.

Согласно статье 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.

Под объектом рекламирования понимают 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.

Из анализа текста рекламы сети магазинов «Газовые технологии» следует, что объектом рекламирования выступает указанная сеть магазинов, отопительная техника, а также услуги, оказываемые данной организацией по проектировке и монтажу объектов.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, так как распространена при помощи радио, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В соответствии со статьей 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) реклама должна быть добросовестной и достоверной; недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

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.

Пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено: 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 (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Из текста рекламы следует, что в сети магазинов «Газовые технологии» реализуются «самые популярные модели отопительной техники». При этом, сведения, на основании каких данных использована указанная информация, в рассматриваемой рекламе отсутствуют. Использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления прилагательного в превосходной степени «самые популярные модели отопительной техники» должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

ООО в письменных пояснениях (вх. № 12076 от 28.09.2016) и при рассмотрении дела признало нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, пояснив, что в рассматриваемой рекламе фраза «самые популярные модели отопительной техники» использована в контексте «самые популярные модели отопительной техники нашего магазина».

Таким образом, Комиссия Марийского УФАС России приходит к выводу, что распространение рекламы сети магазинов «Газовые технологии» с использованием речевого оборота «самые популярные модели отопительной техники» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение, является нарушением пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым

способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из письменных пояснений ЗАО (вх. №11786 от 20.09.2016) следует, что рассматриваемая реклама размещена в соответствии с договором № 07 от 24 августа 2016 года, заключенного между ЗАО и ООО. Заявка на размещение рекламы была сделана в устной форме по телефону. Согласование текста рекламы сторонами договора происходило по средствам электронной переписки. Согласно приложению № 1 к указанному договору, исполнитель в лице ЗАО выполняет работы по размещению рекламных материалов в эфире радиостанции «БЛИЦ FM» на частоте 105,5 FM в следующее время: 07:03, 08:03, 09:03, 11:03, 12:03, 13:03, 14:03, 16:03, 17:03, 18:03, 19:03. Фактическое исполнение договора подтверждается счетом № 288 от 01.09.2016, а также платежным поручением № 375 от 06.09.2016.

ООО представило скриншоты переписки между ООО и ЗАО, из которых следует, что первоначальный текст рекламы был направлен ООО следующего содержания: «Сеть специализированных магазинов «Газовые Технологии» предлагает Вам самые популярные модели импортного и отопительного оборудования: настенные и напольные котлы, газовые плиты и вытяжки, газовые колонки и водонагреватели, счетчики газа и воды, запчасти и многое другое. «Газовые технологии» это: профессиональные консультации специалистов, проектирование, комплектация и монтаж объектов любой сложности, привлекательные цены. «Газовые технологии» наши клиенты всегда возвращаются к нам! Бульвар Ураева, 3 и Луначарского, 83, т. 213-505». После указаний редакции ЗАО на большой хронометраж аудиорекламы, было согласовано следующее содержание рекламы: «Сеть специализированных магазинов «Газовые Технологии» предлагает Вам самые популярные модели отопительной техники: настенные и напольные котлы, плиты и вытяжки, колонки и водонагреватели, счетчики, запчасти и многое другое. Мы проектируем и монтируем объекты любой сложности. «Газовые технологии» Ураева, 3 и Луначарского, 83, т. 213-505», которая транслировалась согласно договору № 07 от 24 августа 2016 года.

Исходя из вышеизложенного, следует, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО, а рекламопроизводителем и рекламораспространителем - ЗАО.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 2 - 8 статьи 5 указанного закона.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Марийское УФАС России, изучив представленные в материалы дела доказательства, считает необходимым выдать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе ООО.

Руководствуясь [частью 2 пункта 1 статьи 33](#), [частью 1 статьи 36](#) Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с [пунктами 37 - 42](#) Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу сети магазинов «Газовые технологии» следующего содержания: «Сеть специализированных магазинов «Газовые Технологии» предлагает Вам самые популярные модели отопительной техники: настенные и напольные котлы, плиты и вытяжки, колонки и водонагреватели, счетчики, запчасти и многое другое. Мы проектируем и монтируем объекты любой сложности. «Газовые технологии» Ураева, 3 и Луначарского, 83, т. 213-505», транслируемую на радиостанции «Блиц FM» (105,5 FM) ненадлежащей, поскольку в ней

нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

*В соответствии с частью 1 статьи 37 Закона о рекламе решение антимонопольного органа может быть обжаловано в суд в течение трех месяцев со дня вынесения решения.*

Председатель Комиссии

Члены комиссии: