

О П Р Е Д Е Л Е Н И Е № 036/05/21-668/2021

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«22» июня 2021 года

город Воронеж

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Воронежской области (далее – Воронежское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе А. В. Логошин – заместитель руководителя управления-начальник отдела, рассмотрев материалы, предоставленные государственным инспектором Воронежского УФАС России Н. М. Федирчуком, свидетельствующие о признаках нарушения обществом с ограниченной ответственностью «Бочка» (ОГРН 1143668034883) (далее – ООО «Бочка») требований пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального Закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

### **У С Т А Н О В И Л:**

17 июня 2021 года в рамках мониторинга объектов наружной рекламы, сотрудниками Воронежского УФАС России выявлен факт распространения следующей информации:

- «ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ!» (далее – рассматриваемая информация 1), размещенной с помощью конструктивного элемента (оконный проём) на лицевой стороне фасада слева от входной группы торгового помещения «БОЧКА», расположенного на первом этаже жилого дома № 34 на улице Северный микрорайон города Борисоглебска Воронежской области (далее – торговая точка «БОЧКА»);

- «ПОПРОБУЙ УНИКАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ частная пивоварня BierStadt розлив напрямую из танка! Яркий хмелевой аромат! Удобная крышка для розлива в бокалы! БОЙЛЕРНОЕ Хмельное Живое, свежее, вкусное... то самое Содержание алкоголя в 1 л – 45 мл. /.../ новый удобный формат 2 литра! Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью» (далее – рассматриваемая информация 2), размещенной на баннерах (плакатах) с помощью конструктивных элементов (оконные проёмы, входная группа) на лицевой стороне фасада торговой точки «БОЧКА»),

о чем государственным инспектором Воронежского УФАС России Н. М. Федирчуком составлен Акт осмотра объектов наружной рекламы с фотоприложениями.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «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.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «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.

Рассматриваемая информация размещена с использованием рекламных плакатов (баннеров) на фасаде торговой точки «БОЧКА», обращена на улицу, доступна для всеобщего обозрения, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формированию и поддержанию интереса неопределенного круга лиц (далее – рассматриваемая реклама).

Объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе является, в том числе

реализуемое на торговой точке «БОЧКА» пиво «Бойлерное хмельное» (содержание этилового спирта 4,5 %).

Частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» предусмотрено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального 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.

Различительным признаком недобросовестной рекламы является ее некорректность. К способам проявления данной формы ненадлежащей рекламы следует относить сравнения, содержание которых составляют ошибочные, основанные на неправильном расчете, исходящие из неверных предпосылок, неправильные, не соответствующие правилам корректности и требованиям, предъявляемым к достоверности, сведения о товарах.

Способы некорректного сравнения, к которым прибегают рекламодатели, достаточно разнообразны и зачастую не отвечают требованиям сопоставимости характеристик. В данном случае, сравнивается цена.

Системный анализ норм ФЗ «О рекламе» позволяет заключить, что допускается сравнительная реклама, носящая правдивый характер. Однако приведенное в рекламе сравнение должно быть корректным, правильным, основано на достоверных данных, а сравниваемые параметры должны быть сопоставимыми. Сравнение может носить характер позитивный (когда свой продукт так же хорош, как и чужой) и негативный (когда свой товар превозносится по сравнению с конкурирующим продуктом). Однако непременным условием соответствия такого сравнения закону должна быть истинность приводимых сведений о собственных товарах и о чужих товарах. Если сравнительная реклама способна вызвать неверные представления у потребителей по поводу предлагаемого товара, она будет рассматриваться как ненадлежащая. Необходимо, чтобы потребитель был правильно информирован и объективно имел право свободного (осознанного) выбора предлагаемых товаров и услуг.

Согласно пункту 9 Постановления Пленума ВАС РФ от 8 октября 2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Закона о рекламе» 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, таким образом, необходимо учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускается сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

В соответствии с пунктом 29 указанного Постановления Пленума ВАС РФ, 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", "лучший", "первый", "номер один", "единственный", "уникальный" и т.п., должно

производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

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 ФЗ «О рекламе»), если рекламодатель не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства.

Как следует из содержания рассматриваемой рекламы № 1, ООО «Бочка» гарантирует лучшие цены реализуемую продукцию, утверждение «ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ!» в отношении товаров указывает на превосходство данных товаров над другими товарами, поскольку фраза «лучшие цены» подразумевает, что товары, реализуемые ООО «Бочка» лучше, чем однородные товары конкурентов, так как обладают более высокими достоинствами и преимуществами в отношении их стоимости. То есть сравнение происходит по критерию «цена», однако реклама не содержит никаких подтверждений данного утверждения.

В данном случае информация о конкретной услуге (предложение приобретения товаров по лучшим ценам) является существенной, так как может повлиять на намерение потребителей воспользоваться предложением приобретения товаров магазина разливных напитков «Бочка» по цене на товары лучшей, чем предлагают другие хозяйствующие субъекты в данной сфере услуг.

Предположительно, рассматриваемая реклама о «лучших ценах» основана на собственной субъективной оценке и может привести к общему, вводящему в заблуждение негативному впечатлению в отношении услуг других компаний. Так, например, потребители, основываясь исключительно на размещенной рекламной информации, могут выбрать товары магазина разливных напитков «Бочка» только потому, что присутствует фраза «ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ!».

Учитывая изложенное, рассматриваемая реклама № 1 содержит признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» и может являться недобросовестной.

В соответствии с пунктом 7 статьи 2 Федерального Закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» пиво входит в перечень алкогольной продукции с содержанием этилового спирта более 0,5 процентов объема готовой продукции.

Согласно пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием рекламных конструкций (технических средств стабильного территориального размещения), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, следовательно, рассматриваемая реклама № 2 имеет признаки нарушения указанной нормы, что не допускается.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное лицо определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе», рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 и пунктом 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе», рекламодатель

несёт ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Установлено, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО «Бочка», так как оно осуществляет деятельность на торговой точке «БОЧКА».

Таким образом, действия ООО «Бочка», связанные с распространением рассматриваемой рекламы №№ 1, 2 содержат признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Учитывая изложенное, на основании части 4 статьи 2, частей 6, 7 статьи 38, пункта 2 части 1 статьи 33, части 1 статьи 34, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

## **О П Р Е Д Е Л И Л:**

**1.** Возбудить производство по делу № 036/05/21-668/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

**2.** Признать лицами, участвующими в деле:

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Бочка» (ОГРН 1143668034883).

**3.** ООО «Бочка» в пятидневный срок с момента получения настоящего Определения обеспечить доставку в Воронежское УФАС России (г. Воронеж, пр. Революции, д. 21), в т. ч. дополнительно продублировать по электронной почте to36@fas.gov.ru, следующей информации (сведений, документов или их надлежащим образом заверенные копии):

**3.1.** договоры, счета, счета фактуры, акты приема-сдачи работ, оригинал-макеты рассматриваемой рекламы №№ 1, 2 и иные документы на изготовление, и распространение рассматриваемой рекламы №№ 1, 2 с указанием конкретных периодов времени и средств (способов) распространения, а также с указанием ее рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей;

**3.2.** документальные доказательства, подтверждающие полноту и достоверность рекламной информации «ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ!» (рассматриваемая реклама № 1);

**3.3.** сведения о регионах, в которых Обществом распространялась реклама пива «Бойлерное хмельное» (содержание этилового спирта 4,5 %) и иной алкогольной продукции с содержанием этилового спирта более 0,5 процентов объема готовой продукции;

**3.4.** сведения о регионах, в которых Обществом распространялась реклама алкогольной продукции-пива «Бойлерное хмельное» (содержание этилового спирта 4,5 %) и иной алкогольной продукции с содержанием этилового спирта более 0,5 процентов объема готовой продукции;

**3.5.** все иные документы и доказательства, имеющие отношение к данному делу;

**3.6.** письменные объяснения по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, указанным в настоящем Определении.

**4. Назначить дело № 036/05/21-668/2021 к рассмотрению на 10:30 (мск) 08 июля 2021 года по адресу: город Воронеж, пр-т Революции, д. 21, зал заседаний.**

В указанный срок надлежит предоставить информацию и документы по каждому отдельному пункту настоящего запроса.

Информацию необходимо предоставить с сопроводительным письмом, содержащим перечень предоставляемых документов, а также их наименование, номер и дату принятия.

Все копии документов (каждая страница) и информация на иных носителях, должны быть заверены печатью и подписью руководителя организации.

Непредоставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно предоставление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо предоставление недостоверных сведений (информации) - влечет ответственность в соответствии с частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В указанные в пункте 4 настоящего определения время и место предлагается явиться руководителям/представителям организации с документами, подтверждающими полномочия руководителей/представителей организации и документами, удостоверяющими личность.