

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 04-01/52-15

«26» ноября 2015 года г. Ярославль

Комиссия Ярославского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя Управления Завьялов Михаил Федорович,

члены Комиссии: ведущий специалист-эксперт отдела естественных монополий и рекламы Ивнева М.Б., ведущий специалист-эксперт Солодяшкина С.Д., рассмотрев дело № 04-01/52-15, возбужденное по признакам нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее ФЗ «О рекламе») по факту распространения рекламы следующего содержания: «PRO 100 Натяжные потолки. Лучшее предложение в Рыбинске 230 руб.» на сайте Авито г. Рыбинск 24.08.2015 в 15:05, поскольку нарушены требования *части 2 статьи 5* ФЗ «О рекламе».

в присутствии *Гр-на<...>*.

## УСТАНОВИЛА:

Отделом естественных монополий и рекламы Ярославского УФАС России рассмотрено обращение, поступившее в адрес Ярославского УФАС (вх. 8423 от 24.08.2015) относительно информации рекламного характера компании «PRO 100 Натяжные потолки. Лучшее предложение в Рыбинске 230 руб.» на сайте Авито г. Рыбинск 24.08.2015 в 15:05.

Согласно пункту 1 части 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

Исходя из содержания рассматриваемой информации, она адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к услугам по

изготовлению и монтажу натяжных потолков на формирование и поддержание интереса к данным услугам и, следовательно, эта информация является рекламной.

Текст рекламы помимо названия компании «PRO 100» используется слово «Лучшее».

Превосходная степень прилагательного обозначает, что какой-то признак проявляется в одном предмете в большей степени, чем в другом. Использование данного слова может способствовать возникновению предположений о наличии одного самого Лучшего изготовителя натяжных потолков. Распространение указанной информации может нанести ущерб деловой репутации иных компаний, работающих в данной сфере, делая их менее привлекательным для потенциальных потребителей.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе были указаны сведения, которые содержали некорректные сравнения рекламируемой компании с имеющимися изготовителями натяжных потолков, что содержало признаки нарушения пунктов 1, 2 части 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В рамках рассмотрения обращения гражданина был оформлен запрос о предоставлении сведений ПАО «МегаФон» (исх. 21.09.2015 № 9325/04-03) для установления лица, имеющего абонентский номер <...> , указанный в качестве контактного номера в рекламной информации.

ПАО «МегаФон» в ответ на запрос Ярославского УФАС России (вх. от 30.09.2015 № 5/1-183-ОУ-Исх-00058/15) указало, что компанией проведена внутренняя проверка, в ходе которой установлено, что абонентский номер <...> (контактный номер <...> является номером ПАО «МегаФон» и услуги связи оказываются *Гр-н<...>* на основании договора об оказании услуг связи № 6881-1Я от 17.09.2004 г.

Вместе с тем был оформлен запрос о предоставлении сведений Компании ООО «Мэйл Ру» (исх. 14.09.2015 № 8922/04-03) с предоставлением информации об администраторе (владельце) почтового ящика vladkomal@mail.ru с приложением соответствующих документов. ООО «Мэйл Ру» в ответ на запрос Ярославского УФАС России (вх. от 15.09.2015 № 9166) указало, что компанией проведена внутренняя проверка, в ходе которой установлено, что пользователем электронного почтового ящика vladkomal@mail.ru является *Гр-н<...>*

*Гражданин <...> был привлечен к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения пунктов 1, 2 части 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе»*

*Гражданин <...> пояснил, что указанное объявление было размещено им, физическим лицом, указанные данные в качестве контактных принадлежат ему. При оформлении текста рекламы не учел, что прилагательное «Лучшее» требует обязательного подтверждения, что потолки компании, являются лучшими в городе Рыбинске.*

*На момент рассмотрения комиссионного дела в доказательство не представлены документы, подтверждающие фразу: «Лучшее предложение в Рыбинске».*

Комиссия, рассмотрев материалы дела, заслушав доводы гражданина <...>.

пришла к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») реклама – информация, распространяемая 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; объект рекламирования – товар, средство 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; товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая информация следующего содержания: «PRO 100 Натяжные потолки. Лучшее предложение в Рыбинске 230 руб.» размещенная на сайте Авито г. Рыбинск, является рекламой поскольку она адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к изготовлению натяжных потолков, формирование и поддержание интереса к данным услугам.

В соответствии с частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с частью 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая:

1) содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

2) порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента.

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.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

По состоянию на 02.09.2015 года, на момент осмотра интернет-сайта, в целях осуществления государственного контроля за соблюдением требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», по адресу: [https://www.avito.ru/rybinsk/predlozheniya\\_uslug/remont\\_stroitelstvo](https://www.avito.ru/rybinsk/predlozheniya_uslug/remont_stroitelstvo) установлено размещение рекламы, содержащей не соответствующие действительности сведения: о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами.

Согласно части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение

требований, установленных частью 2 статьи 5 данного закона несет рекламодаделец.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара, либо иное определившее объект рекламирования (или) содержание рекламы лицо. *Гражданин <...> при размещении на сайте Авито (<https://www.avito.ru/rybinsk/predlozheniya>) рекламы по изготовлению натяжных потолков компанией «PRO 100» является рекламодателем.*

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 30, 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «PRO 100 Натяжные потолки. Лучшее предложение в Рыбинске 230 руб.», размещенную на сайте Авито г. Рыбинск 24.08.2015 в 15:05, поскольку в ней нарушены требования пунктов 1, 2 части 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать в связи с его добровольным устранением.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ярославского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «27» ноября 2015 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии М.Ф. Завьялов

Члены Комиссии С.Д. Солодяшкина

М.Б. Ивнева