

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 №016/05/5-301/2021 в отношении <...> (<...>) по факту распространения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламы с текстом: «Кухня в Казани по самой низкой цене в Татарстане. Узнать стоимость кухни именно по вашим параметрам, воспользовавшись нашим онлайн калькулятором, ссылка на него в шапке профиля», что имеет признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»,

в отсутствии:

– (не явилась, извещена надлежащим образом).

УСТАНОВИЛА:

В ходе государственного надзора Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» был обнаружен факт распространения информации, с текстом: «Кухня в Казани по самой низкой цене в Татарстане. Узнать стоимость кухни именно по вашим параметрам, воспользовавшись нашим онлайн калькулятором, ссылка на него в шапке профиля», содержащей признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан осуществлен акт осмотра и исследования сайта информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» от 10 февраля 2021 г. В результате чего было зафиксировано указание на сайте слов «Кухня в Казани по самой низкой цене в Татарстане». Также в акте осмотра отмечается, что на сайте отсутствует указание на конкретные характеристики или параметры сравнения, имеющих объективное подтверждение.

Фотоизображения рекламы представлены ниже:

На рекламном макете указана информация, с текстом: «Кухня в Казани по самой низкой цене в Татарстане. Узнать стоимость кухни именно по вашим параметрам, воспользовавшись нашим онлайн калькулятором, ссылка на него в шапке профиля» без конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение.

Для полного, всестороннего и объективного исследования обстоятельств Управлением был направлен запрос в ООО «Т2 Мобайл».

Согласно информации, предоставленной ООО «Т2 Мобайл» (вх. № 2207 от 24.02.2021) абонентский номер <...> закреплен за физическим лицом <...> – абонентом ООО «Т2 Мобайл», зарегистрированной по адресу: <...>.

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 реклама с текстом: «Кухня в Казани по самой низкой цене в Татарстане. Узнать стоимость кухни именно по вашим параметрам, воспользовавшись нашим онлайн калькулятором, ссылка на него в шапке профиля» содержит все необходимые 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 соответствующим рекламодателем.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктом 9 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами 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 пункту 4 части 2 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

В соответствии с пунктом 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.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами 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.

Согласно пункту 4 части 2 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

Исходя из анализа текста: «Кухня в Казани по самой низкой цене в Татарстане. Узнать стоимость кухни именно по вашим параметрам, воспользовавшись нашим онлайн калькулятором, ссылка на него в шапке профиля», размещенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», следует, что сравнение проводится с аналогичными товарами, реализация которых осуществляется иными участниками товарного рынка.

В данном случае отсутствуют параметры, по которым можно было объективно проверить достоверность указанного сравнения, а именно определить на основании какого критерия и на основании каких данных, цена, предлагаемых к реализации в Казани кухонь, является самой низкой.

Использование сведений о преимуществах оказываемых услуг не противоречит законодательству о рекламе, в случае если такое преимущество подтверждено документально.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», «единственный», «самый» должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

При этом, статьей 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» установлено, что актом недобросовестной конкуренции признается сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов, в том числе «лучший», "первый", "номер один", «самый», «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.

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).

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.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации является ненадлежащей.

Из положений части 6 статьи 38 Закона о рекламе следует, что за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2 статьи 5, пунктом 1 части 3 статьи 5 указанного закона, ответственность несет рекламодаделец.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодиспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно информации ООО «Т2 Мобайл» рекламодателем указанной рекламы является <...>- зарегистрированная по адресу: <...>.

Реклама, распространяемая через аккаунт «<...>» в сети Instagram, содержит номер <...>, принадлежащий <...>, что подтверждает заинтересованность лица в продвижении предлагаемого товара и дальнейшей ее реализации, исходя из этого следует, что рекламодателем является <...>

<...>зарегистрирована по адресу: <...>, паспортные данные: <...>, место рождения: <...>, что подтверждается информацией, предоставленной Управлением по вопросам миграции Министерства внутренних дел по Республике Татарстан сведениям.

О дате, времени и месте рассмотрения настоящего дела <...> уведомлена путем направления в адрес регистрации <...> заказного письма, а также телеграммы, которая вернулась в адрес Управления с отметкой: «Телеграмма, поданная вами по квитанции № 200/2014 17/5 не доставлена, квартира закрыта, адресат по извещению за телеграммой не является», что является надлежащим извещением.

На основании изложенного и в соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 42 - 51 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922,

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей рекламу <...> с текстом: «Кухня в Казани по самой низкой цене в Татарстане. Узнать стоимость кухни именно по вашим параметрам, воспользовавшись нашим онлайн калькулятором, ссылка на него в шапке профиля», поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Рекламодателем признать <...> (паспортные данные: <...>, место рождения: <...>, <...>).

Предписание об устранении нарушений требований действующего законодательства Российской Федерации о рекламе <...> не выдавать в связи с прекращением распространения рекламы.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 02 июня 2021 года и 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)