

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

– руководитель управления.

Члены Комиссии:

– начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

– ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 027/05/5-967/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ИП Кузнецовым А.В. рекламы с нарушением требований пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе»,

в присутствии ИП Кузнецова А.В.,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Хабаровского УФАС России поступило обращение (вх. № 4/14325э от 20.11.2019) о нарушении рекламного законодательства при распространении в электронном справочнике «2ГИС в Хабаровск» рекламы следующего содержания: *«О-пицца - лучшая пицца в Хабаровске Реклама ИП Кузнецов А.В. ОГРНИП312272128200013 *Победитель «Премии 2ГИС 2018г. в номинации «Доставка блюд».*

Целью рекламы являются привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

При этом рекламная информация лежит в основе представлений о качестве и назначении товара, об особенностях его использования, условиях приобретения, цене товара, следовательно, особую важность приобретают достоверность рекламы, создание правильного представления об объекте рекламирования.

Согласно ст. 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно разъяснениям, содержащимся в пункте 29 Пленума Высшего

Арбитражного Суда РФ № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из того, что информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя 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.

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 ФЗ «О рекламе»).

В соответствии с Толковым словарем русского языка С.ИМ. Ожегова и Н.Ю. Шведовой.-М.;Азбуковник, 1999) Лучший- хороший;

Лучший – самого высокого качества, самого хорошего свойства.

В рекламе используется словосочетание «*Лучшая пицца в Хабаровске*», однако отсутствует конкретный критерий, по которому осуществлялось сравнение на продаваемый товар (пиццу), реализуемый иными организациями, осуществляющими аналогичную деятельность в г. Хабаровске, и который имел бы объективное подтверждение.

Для утверждения о рекламируемом товаре, как имеющем статус «лучший» перед другими товарами, необходимо наличие оснований, позволяющих судить о таком превосходстве. К таким основаниям можно отнести соответствующие критерии, указывающие на содержание преимущества и достоверность проводимого сравнения. Данные критерии в сравнительной рекламе являются существенной информацией для потребителя, умолчание которой влечет искажение смысла рекламы и введение потребителей в заблуждение.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит признаки недостоверности, поскольку в ней отсутствует объективно подтвержденный критерий сравнения, что является нарушением пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные

сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Некорректность сравнения выразилась в том, что формируется общая оценка более привлекательных потребительских характеристик товара (пиццы) перед иными участниками рынка (конкурентами).

Употребление в рекламе прилагательного в превосходной степени «лучшая» и отсутствие объективного подтверждения указанной информации, создает неверное представление о том, что пиццерия «О-пицца» находится в более выгодной позиции по сравнению с иными организациями, осуществляющими аналогичную деятельность, тем самым стимулируется интерес потребителей к услугам рекламодателя, поддерживает заинтересованность в них, влияя в целом на продвижение его товара на рынке.

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

Установлено, что рекламодателем является ИП Кузнецов Александр Валерьевич (ИНН 300101813628, место жительства: 680030, г. Хабаровск, ул. Дикопольцева, д. 26, кв.190).

Данный факт подтверждается бланком заказа № БЗ_35-35-1297579 от 30.08.2019 по оказанию услуг на размещение рекламы в электронном справочнике «2ГИС Хабаровск», заключенным между ООО «2ГИС-Хабаровск» и ИП Кузнецовым А.В., актами выполненных работ № 6082 от 31.10.2019, № 6800 от 30.11.2019, платежным поручением № 989 от 30.08.2019.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1,2 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: *«О-пицца - лучшая пицца в Хабаровске Реклама ИП Кузнецов А.В. ОГРНИП312272128200013 *Победитель «Премии 2ГИС 2018г. в номинации «Доставка блюд», распространенную ИП Кузнецовым А.В. в электронном справочнике «2ГИС-Хабаровск», поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».*

2. Обязательное для исполнения предписание ИП Кузнецову Александру

Валерьевичу о прекращении нарушения законодательства РФ не выдавать в связи с устранением нарушения.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 16 января 2020 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (в трехмесячный срок).