

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 материалы дела №16/05/5-1045/2019 возбужденного в отношении ООО «Еврострой» (ОГРН: 1171690058430, ИНН: 1644090206), на предмет соблюдения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

в отсутствии:

- представителя ООО «Еврострой»,

-<...>,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) поступило обращение (вх.9861/ж от 24.06.2019г.) по факту размещения в г. Альметьевск на перекрестке ул. Шевченко, 48 и Джагиля,3 рекламной конструкции ЖК «Новиков сад» (Рис. 1, 2) с текстом: «Выбирай конкурентов или КАЧЕСТВО», что имеет признаки нарушения пункта 1 части 2, пункта 2 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается 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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Вышеуказанная реклама ЖК «Новиков сад» размещалась в г. Альметьевск на перекрестке улиц Шевченко, 48 и Джагиля, 3 на рекламной конструкции.

Следовательно, место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, под объектом рекламирования понимается 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

На основании изложенного спорная информация является рекламой. Данный факт участниками дела не оспаривается.

В соответствии с пунктом 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 2 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента.

В рассматриваемой рекламе с текстом: «Выбирай конкурентов или КАЧЕСТВО» усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 2, пункта 2 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, что выразилось в распространении рекламы, содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами; рекламы, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Присутствие в спорной рекламе выражения «Выбирай конкурентов или КАЧЕСТВО» указывает на наличие признаков нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в рекламе, содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно пункту 9 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 8 октября 2012 г. N 58 О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», 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.

Под некорректным сравнением понимается сравнение, построенное с использованием неправильных логических операций таким образом, что его достоверность объективно не может быть ни подтверждена, ни опровергнута.

Например, некорректным может быть признано сравнение, которое основано на несопоставимых фактах, когда создается общее вводящее в заблуждение впечатление, при сравнении необъективных характеристик. В частности, такое сравнение имеет место тогда, когда делается вывод о сходстве либо превосходстве одного товара над другим, однако конкретные характеристики сравниваемых товаров не упоминаются.

Понятие "несопоставимый" употребляется для обозначения двух переменных, не имеющих никакого общего измерения или стандарта сравнения.

Таким образом, приведенное в спорной рекламе сравнение по своей форме некорректно, в нем не упоминаются сравниваемые параметры, а, следовательно, и достоверность такого сравнения не может быть объективно проверена.

Согласно пункту 29 Постановления, 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.

Использование в спорной рекламе словосочетания «Выбирай конкурентов или КАЧЕСТВО» напрямую противоречит вышеприведенной норме.

На основании вышеизложенного на рекламной конструкции ЖК «Новиков сад» с текстом «Выбирай конкурентов или КАЧЕСТВО», расположенного по адресу: г. Альметьевск на перекрестке ул. Шевченко, 48 и Джалия,3 установлены признаки нарушения пункта 1 части 2, пункта 2 части 2 статьи 5 Закона о рекламе.

Из положения части 6 статьи 38 Закона о рекламе следует, что за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2, пунктом 2 части 2 статьи 5 Закона о рекламе ответственность несет рекламоатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламоатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Рекламоателем является ООО «Еврострой» (ОГРН: 1171690058430, ИНН: 1644090206).

На заседании Комиссии представителем ООО «Еврострой» был представлен договор №б/н от 01.10.2018г. с <...>, согласно которому рекламопроизводителем является <...>.

В соответствии с пунктом 6.3 данного договора рекламопроизводитель несет ответственность за фактическое качество макета рекламной конструкции, а также за ее соответствие Федеральному закону от 13.03.2006 N38-ФЗ «О рекламе». В случае обнаружения контролирующими органами нарушение требований Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» в разработанной Рекламопроизводителем макете рекламной конструкции, ответственность за нарушение несет Рекламопроизводитель.

Согласно части 8 статьи 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Таким образом, в рассматриваемом случае рекламопроизводителем является <...>, который являлся изготовителем макета рекламной конструкции.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать рекламу <...>, размещенную в г. Альметьевск на перекрестке ул. Шевченко, 48 и Джалиля,3 на рекламной конструкции ЖК «Новиков сад», в которой указано «Выбирай конкурентов или КАЧЕСТВО», несоответствующей пункту 1 части 2, пункту 2 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

Выдать предписание, так как не были представлены доказательства устранения ненадлежащей рекламы.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о необходимости возбуждении дела об административном правонарушении.

Решение 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)