

«19» июля 2016г. №2818

гражданин

Резолютивная часть оглашена 13 июля 2016 г.

Решение в полном объеме изготовлено 18 июля 2016 г.

г. Вологда

РЕШЕНИЕ № 22/2016

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Осипов С.В.- и.о. руководителя Управления;

члены Комиссии:

Есина Е.М. – специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли;

Ларичева Н.С. – член комиссии, старший специалист 1 разряда отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли,

рассмотрев дело №22/2016 по признакам нарушения гражданином (далее-гражданин, ответчик) Федерального закона от 13.03. 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «О рекламе»),

в присутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- представитель ответчика по доверенности б/н от 19.11.2015 г.,

УСТАНОВИЛА:

Должностным лицом Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области, в ходе осуществления государственного контроля по соблюдению законодательства Российской Федерации о рекламе установлено, что реклама: «Nikoiaevskiy catering..Праздник с доставкой 266-555...Лучшие цены... Мы всегда предлагаем клиенту лучшие цены и сезонные скидки...», размещенная на стр. 27 журнала «Идея-Рандеву» №3 (102) март 2016г., имеет признаки нарушения законодатель

ства Российской Федерации о рекламе, поскольку в ней усматривается нарушение п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона «О рекламе».

На основании п.1 ч. 3 ст. 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 производителями или реализуются другими продавцами.

Из материалов дела следует, что реклама: «Nikoiaevskiy catering..Праздник с доставкой 266-555...Лучшие цены...Мы всегда предлагаем клиенту лучшие цены и сезонные скидки...», размещалась на стр. 27 журнала «Идея-Рандеву» №3 (102) март 2016г.

В данной рекламе присутствует информация, содержащая сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями, без указания на конкретный критерий, по которому идет сравнение, что нарушает п.1 ч. 3 ст. 5 Закона «О рекламе».

На заседании Комиссии представитель ответчика пояснила, что в журнале «Идея-Рандеву» была размещена вышеуказанная реклама, текст которой обсуждался в устной форме с представителем данного журнала. Согласованного макета рекламы не подписывали. В такой формулировке реклама выходила один раз.

Рассмотрев материалы дела, заслушав представителя стороны ответчика, Комиссия приходит к выводу, что данная реклама не соответствует пункту 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

В соответствии со статьей 3 Закона «О рекламе» рекламой является информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с помощью 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.

Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимание к которым направлена реклама.

Товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

На основании п.1 ч. 3 ст. 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 производителями или реализуются другими продавцами.

Нарушение п.1 ч. 3 ст. 5 Закона «О рекламе» заключается в том, что в рекламе Общества искажается смысл информации и вводит потребителей рекламы в заблуждение, которая содержит не соответствующие действительности сведения: о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими производителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О

некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителей 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 "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.

Таким образом, в рекламе не допускается использование информации не соответствующей действительности и аналогичных сведений о преимуществах рекламируемого товара.

В данном случае при оценке текста размещенной рекламы действующему законодательству Комиссия пришла к выводу о том, что в спорной рекламе приводятся не обладающие достоверностью сведения о превосходстве (преимуществе) объекта рекламирования – «лучшие цены» клиентам ресторана Nikoiaevskiy - над такими же услугами (товарами) иных хозяйствующих субъектов, что может вызвать неверные представления у потребителей относительно объекта рекламирования и негативно повлиять на выбор товаров того или иного производителя или продавца товара.

Комиссия считает, что общее восприятие рекламы вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку преимущества рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами не находят подтверждения превосходства товара в тексте рекламы.

Действующее законодательство в регулируемой сфере правоотношений исходит из того, что достоверность распространяемой рекламы с использованием утверждений в превосходной степени "самый" должна соответствовать реальной действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

По мнению Комиссии, применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени, например утверждений о "самом", "лучшем", "абсолютном", "единственном", "N 1" и т.п., действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодатель не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства. При этом использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

Таким образом, в рекламе гражданина присутствует информация сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени «лучшие» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, что нарушает требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

В силу части 4 статьи 3 Закона «О рекламе», ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Рекламодателем данной рекламы, т.е. изготовителем или продавцом товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, является гражданин, что подтверждается договором о предоставлении услуг №612 от 01.02.2016 г.

В соответствии с частями 6 статьи 38 Закона «О рекламе», рекламодатель несет ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 названного Федерального закона.

На основании вышеизложенного, руководствуясь статьей 36 Закона «О рекламе», в соответствии с пунктом 37 Правил рассмотрения антимонопольным органом

дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: «Nikoiaevskiy catering..Праздник с доставкой 266-555...Лучшие цены...Мы всегда предлагаем клиенту лучшие цены и сезонные скидки...», размещенную на стр. 27 журнала «Идея-Рандеву» №3 (102) март 2016г., поскольку она не соответствует требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

2. Выдать гражданину предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Вологодского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в суд в трехмесячный срок со дня вынесения решения.

Подача заявления о признании недействительным решения антимонопольного органа не приостанавливает исполнение решения, если судом не будет вынесено определение о приостановлении исполнения решения.

С.В. Осипов

Председатель Комиссии _____:

Е.М. Есина

_____:

Н.С. Ларичева

_____:

Решение может быть обжаловано в суд в трехмесячный срок со дня вынесения решения.

ПРЕДПИСАНИЕ № 22/2016

«18» июля 2016 г.

г. Вологда

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Осипов С.В.- и.о. руководителя Управления;

члены Комиссии:

Есина Е.М. – специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли;

Ларичева Н.С. – член комиссии, старший специалист 1 разряда отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли,

рассмотрев дело №22/2016 по признакам нарушения гражданином Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «О рекламе»),

на основании своего решения от 18.07.2016г. по делу № 22/2016 о признании ненадлежащей рекламы следующего содержания: «Nikoiaevskiy catering..Праздник с доставкой 266-555...Лучшие цены...Мы всегда предлагаем клиенту лучшие цены и сезонные скидки...», размещенной на стр. 27 журнала «Идея-Рандеву» №3 (102) март 2016г., руководствуясь п. 44, 45 Правил рассмотрения

антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. гражданину - рекламодателю, в срок до 29.07.2016 г. прекратить нарушение п.1 ч.3 ст.5 Закона «О рекламе», а именно:

прекратить распространение рекламы: «Nikoiaevskiy catering..Праздник с доставкой 266-555...Лучшие цены...Мы всегда предлагаем клиенту лучшие цены и сезонные скидки...».

2. гражданину представить в Управление письменные доказательства исполнения п. 1 настоящего предписания **в срок до 01.08.2016 г.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Управление ФАС по Вологодской области вправе в соответствии с ч. 2.4 ст. 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в трех месячный срок со дня его выдачи.

Подача заявления о признании недействительным предписания антимонопольного органа не приостанавливает исполнение предписания, если судом не будет вынесено определение о приостановлении исполнения предписания.