

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 048/05/5-161/2021 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

09 марта 2021 года
Липецк

г.

Председатель комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...>, рассмотрев материалы по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛ:

В рамках рассмотрения материалов, Липецким УФАС России установлено распространение в ноябре 2020 года по адресу: г.Липецк, ул.Бехтеева, д.3, на оборотной стороне квитанции на оплату услуг ЖКХ рекламной информации следующего содержания: «УДАЧНАЯ ТЕХНИКА магазин бытовой техники САМЫЕ НИЗКИЕ ЦЕНЫ У НАС! Купон Вы можете получить в «УК «Аист» или позвонить по телефону 8(919) <...> и получить его в электронном виде. Магазин находится по адресу: <...> Предъявителю купона -5% на все «Управляющая компания «АИСТ»».

Рассматриваемая рекламная информация была размещена на оборотной стороне квитанции оплаты ЖКХ по устной договоренности между бывшим руководителем ООО «УК «АИСТ<...>» (освобожден от занимаемой должности с 21.01.2021) и ИП <...>.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе») 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.

В соответствии с пунктом 1 части 3 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.

Требования пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» вводят ограничительные требования к рекламе, в которой делаются сравнения. При сравнении с другим товаром в рекламе не должны приводиться не обладающие достоверностью, сомнительные и искаженные сведения о качествах или свойствах, выгодно отличающих один товар от другого, о превосходстве одного товара над другими товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, о выгодах или возможностях, которые товар имеет по сравнению с другими.

Из данного положения вытекает, что допускается сравнительная реклама, носящая правдивый характер. Сравнение может носить характер позитивный (когда свой продукт так же хорош, как и чужой) и негативный (когда свой товар превосносится по сравнению с конкурирующим продуктом). Однако неперенным условием соответствия такого сравнения закону должна быть истинность приводимых сведений о собственных товарах и о чужих товарах. Если сравнительная реклама способна вызвать неверные представления у потребителей по поводу предлагаемого товара, она будет рассматриваться как ненадлежащая. Необходимо, чтобы потребитель был правильно информирован и объективно имел право свободного (осознанного) выбора предлагаемых товаров и услуг.

Реклама с использованием слов «первый», «номер один», «самый», «только», «единственный» и иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве, преимуществе товара, услуг, предоставляемых хозяйствующим субъектом, над услугами, оказываемыми иными субъектами рынка, не соответствующая действительности, признается недостоверной.

В соответствии с пунктом 9 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального 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 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ 20 «О рекламе» 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.

В связи с этим, использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «самый», «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, для утверждения в рекламе «первый», «номер один», «самый», необходимо наличие оснований, позволяющих судить о данном превосходстве.

В рассматриваемой рекламе содержится утверждение «САМЫЕ НИЗКИЕ ЦЕНЫ», однако, указаний на основании каких данных сделан такой вывод, в рекламе не содержится.

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

ФЗ «О рекламе» несет рекламоатель.

В данном случае рекламоателем является ИП <...>.

Таким образом, в рекламе: «УДАЧНАЯ ТЕХНИКА магазин бытовой техники САМЫЕ НИЗКИЕ ЦЕНЫ У НАС! Купон Вы можете получить в «УК «Аист» или позвонить по телефону 8(919) <...> и получить его в электронном виде. Магазин находится по адресу: <...> Предъявителю купона -5% на все «Управляющая компания «АИСТ»», содержатся признаки нарушения п.1 ч.3 ст.5 Закона о рекламе.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе»,

О П Р Е Д Е Л И Л:

1. Возбудить производство по делу № 048/05/5-161/2021 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» в отношении индивидуального предпринимателя <...>. Признать лицами, участвующими в деле:

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ИП <...>.

3. Назначить дело № 048/05/5-161/2021 к рассмотрению на **30 марта 2021 года на 14 часов 10 минут** в Липецком УФАС России по адресу: г. Липецк, пл. Плеханова, д.1, кабинет 517а, тел. (4742) 27-14-82.

4. **ИП <...> в срок до 29.03.2021** представить следующие документы и сведения:

- копию свидетельства о государственной регистрации лица в качестве ИП;

- копию свидетельства о постановке на учет в налоговом органе;

- письменные пояснения по фактам, изложенным в определении;

- информацию о лице, являющегося в силу п.6 ст.3 ФЗ «О рекламе» рекламопроизводителем (с указанием полного наименования хозяйствующего субъекта, его должностного лица, юридического и фактического адреса, контактных телефонов);

- информацию о лице, являющемся в силу п.7 ст.3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем (с указанием полного наименования хозяйствующего субъекта, его должностного лица, юридического и фактического адреса, контактных телефонов);
- копию договора с рекламопроизводителем и (или) рекламодателем указанной рекламы на предмет ее изготовления и (или) размещения с приложением акта выполненных работ;
- копию согласованного с рекламопроизводителем и (или) рекламодателем макета указанной рекламы (в том числе информацию о порядке согласования макета);
- в случае, если макет был предоставлен для изготовления и (или) размещения в готовом виде, необходимо сказать об этом в сопроводительном письме и указать, в каком виде он был предоставлен (с приложением необходимой информации);
- копии счетов и платежных документов, подтверждающих заказ и оплату рекламодателем за изготовление и (или) размещение указанной рекламы;
- иные документы и материалы по указанной рекламе по своему усмотрению.