

РЕШЕНИЕ

по делу № 03-21/40-2018

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«09» ноября 2018 года
Ола

г. Йошкар-

Резолютивная часть решения объявлена: «06» ноября 2018 года

Полный текст решения изготовлен: «09» ноября 2018 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя

член Комиссии – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов,

член Комиссии – специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов.,

рассмотрев дело № 03-21/40-2018, возбужденное в отношении ИП Федоровой А.И. по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), по факту размещения 17.07.2018 в 16 часов 45 минут в социальных сетях на странице: <https://vk.com/yocity12com> рекламной информации: «Черная пятница 20 июля 4 медиа носителя за 20 000 рублей пакетное размещение...»,

в присутствии ИП Ф

в отсутствие заявителя, надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее — Марийское УФАС России) поступило заявление гражданина Г.

от 19.07.2018 вх. №7172 о нарушении законодательства о рекламе по факту размещения 17.07.2018 в 16 часов 45 минут в социальных сетях на странице: <https://vk.com/yocity12com> рекламной информации: «Черная пятница 20 июля 4 медиа носителя за 20 000 рублей пакетное размещение...» следующего содержания: «Трансляция видеоролика на канале РЕН ТВ раз в день Крупнейшая телесеть России. Зрелая, платежеспособная аудитория, которая смотрит местные новости. Круглосуточно работает горячая линия. Корреспонденты рассказывают о важных событиях города.», «Трансляция аудио ролика на АВТОРАДИО 6 раз в день Крупнейшая радиостанция. Признанный лидер среди автомобильной аудитории. Музыка, которую любят, узнают и напевают», «Трансляция аудио ролика на ПУЛЬС-РАДИО 6 раз в день ПУЛЬС-РАДИО признанный лидер в аудитории Йошкар-Олы. Единственная 100% радиостанция с местным вещанием на русском языке. Самая большая зона вещания среди городских радиостанций!», «Трансляция баннера на сайте Yocity12.com на Главной странице Трансляция одной новости компании на сайте Yocity12.com в новостной ленте + соц. Сетях (ВК, Фейсбук, Твиттер) + пост-анонс в ВК ***разработка дизайна и написание статьи входит в стоимость», «Информационно-новостной ресурс города, на котором собрана вся необходимая информация о городе Йошкар-Ола и Республике Марий Эл: свежие и актуальные новости, справочник предприятий, афиша, фотоотчеты, конкурсы, спецпроекты, интересные статьи и блоги, и сейчас там можно разместить бесплатно объявление. Все чем дышит и живет наш город, находится на сайте Yocity12.com», содержащей признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе).

Определением Марийского УФАС России от 20.09.2018 о возбуждении дела о нарушении законодательства о рекламе к участию в рассмотрении дела привлечены: лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: ИП Федорова Алла Ивановна (ИНН 1215219958), заявитель Г.

В рамках рассмотрения дела №03-21/39-2018 ИП Ф пояснила, что не является рекламодателем, рекламодателем, рекламопроизводителем. Рекламная информация на сайте <https://vk.com/yocity12com> размещена без ее согласия стажером, проработавшим 4 дня, денежные средства за размещение рекламы не получала. После обнаружения рекламный баннер был удален. Факт размещения рекламной информации 17.07.2018 в 16 часов 45 минут на странице, в группе в социальной сети «ВКонтакте» по адресу <https://vk.com/yocity12com> не отрицала. Дополнительно пояснила, что при производстве рекламного баннера стажером информация «Рен ТВ крупнейшая телесеть России» «Авторадио крупнейшая радиостанция» «... Авторадио признанный лидер среди автомобильной аудитории...», «...Пульс Радио признанный лидер аудитории Йошкар-Олы...», «...Единственная 100% радиостанция с местным вещанием на русском языке. Самая большая зона вещания среди городских радиостанций!...» использовалась из открытых

источников, распространяемых в открытом доступе на медиа-носителях.

Комиссия Марийского УФАС России, рассмотрев полученные материалы и документы, письменные и устные пояснения лиц, участвующих в деле, приходит к выводу о нарушении законодательства о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы на основании следующего.

Согласно статье 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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. Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара. Независимо от формы или используемого средства распространения реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как рекламы. Тем самым признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

Под объектом рекламирования понимают товар, средства 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 (статья 3 Закона о рекламе).

Из содержания текста рекламной информации следует, что объектом рекламирования являются мероприятие «Черная пятница 20 июля 4 медиа носителя пакетное предложение 20 000 рублей...», а также «Трансляция видеоролика на канале РЕН ТВ, аудио ролика на радиостанциях «Авторadio», «Пuls-радио», баннера на сайте Yocity12.com на главной странице».

Распространенная информация по своему содержанию не позволяет определить круг ее получателей, является неперсонифицированной, направленной на привлечение внимания неопределенного круга лиц к объекту рекламирования, что формирует и поддерживает интерес к данному мероприятию (размещение рекламной информации на радиостанции «Авторadio», «Пuls-Радио» и телеканале «Рен-ТВ», трансляция баннера на сайте www.yocity12.com, в новостной ленте) и тем самым способствует её продвижению на рынке.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации

объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена (Письмо ФАС России от 05.04.2007 №АЦ/4624 «О понятии «неопределенный круг лиц»).

Более того, Комиссией Марийского УФАС России установлено, что рекламная информация размещенная по адресу <https://vk.com/yocity12com> является общедоступной, доступ к новостной ленте группы, в которой размещалась реклама, не органичен, что подтверждается протоколом осмотра Интернет –ресурсов от 23.07.2018.

Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории его распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Марийского УФАС России не установлено.

Следовательно, информация, размещенная 17.07.2018 в 16 часов 45 минут в социальных сетях на странице <https://vk.com/yocity12com>: «Черная пятница 20 июля 4 медиа носителя за 20 000 рублей пакетное размещение...», характеризуется совокупностью признаков, установленных пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламой.

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

В силу части 4 статьи 3 Закона о рекламе под ненадлежащей рекламой понимается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

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 силу пункта 3 статьи 3 Закона о рекламе товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно пункту 9 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее — Постановление), 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. Исходя из указанной позиции, а также статьи 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 № 135 ФЗ «О защите конкуренции», письма ФАС России от 24.12.2015 № ИА/74666/15, под некорректным сравнением следует понимать сравнение хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе:

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов «лучший», «первый», «номер один», «самый», «только», «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;

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в котором отсутствует указание конкретных сравниваемых характеристик или параметров либо результаты сравнения не могут быть объективно проверены;

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, основанное исключительно на незначительных или несопоставимых фактах и содержащее негативную оценку деятельности хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товара.

Указанная позиция законодателя и антимонопольного органа соотносится с принципами добросовестной конкуренции и достоверности сообщаемых сведений о рекламодателях, их товарах, работах и услугах в рекламе, запретом на использование в отношении и потребителей, и конкурентов (конкретных или неопределенных) недобросовестных способов привлечения внимания к объекту рекламирования.

Таким образом, некорректное сравнение может быть осуществлено как с конкретным хозяйствующим субъектом-конкурентом (товаром, работой, услугой), так и в отношении неограниченного круга хозяйствующих субъектов-конкурентов и (или) их товаров.

Пунктом 29 Постановления установлено, что использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, 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.

В рассматриваемой рекламе указано: «...Авторadio признанный лидер среди автомобильной аудитории...». При этом, данная реклама не содержит критериев, по которому осуществляется сравнение. Отсутствие таких критериев в тексте рекламы допускает возможность проведения

потребителями сравнения по любому основанию (критерию), может ввести потребителей в заблуждение относительно объекта рекламирования, явиться побудителем восприятия потребителями информации «лидер среди автомобильной аудитории...» как преимущества перед другими радиостанциями, осуществляющими свою деятельность на территории Республики Марий Эл.

ИП Ф в рамках рассмотрения дела №03-21/40-2018 представлены письменные пояснения от 15.10.2018 (вх. 10956) с приложением скриншота с сайта www.avtoradio.ru «Авторадио-крупнейшая коммерческая радиостанция, входит в структуру «ГПМ Радио», который, по мнению индивидуального предпринимателя, подтверждает информацию, изложенную в рекламе.

Вместе с тем, из содержания информации, размещенной на сайте и представленной страницы, следует, что «по данным медиаметрических исследований, ежедневно по всей России на волну Авторадио настраивается более 9,5 миллионов человек. Еженедельная слушательская аудитория станции составляет около 40% населения или 24.1 миллионов человек по всей стране. По данным исследовательской компании TNS, Авторадио является лидером московского радиоэфира последние несколько лет».

Таким образом, из представленных предпринимателем сведений следует, что радиостанция «Авторадио» является лидером московского радиоэфира, а не радиоэфира транслируемого на территории Республики Марий Эл.

Более того, из материалов дела следует, что в рекламе ИП Ф. использована сравнительная характеристика "ПУЛЬС-РАДИО признанный лидер в аудитории Йошкар-Олы. Единственная 100% радиостанция с местным вещанием на русском языке. Самая большая зона вещания среди городских радиостанций». Реклама также не содержит критериев, по которым осуществляется сравнение, что может ввести потребителей в заблуждение относительно объекта рекламирования. Кроме того, следует учитывать, что рассматриваемая фраза может быть прочитана потенциальными клиентами и в отрыве от последующей приведенной информации, что повлечет неверное, искаженное представление потребителей об иных теле-радиостанция на территории г. Йошкар-Олы.

Кроме того, представленные ИП Ф выдержки из отчета по социологическому исследованию, проведенного ООО «Телерадио» не могут служить доказательствами подтверждающим соответствие рекламной информации Закону о рекламе, по следующим основаниям:

- отсутствие в рекламе ссылки на указанный отчет;

-из содержания отчета невозможно однозначно установить, что радиостанция «Пuls-Радио» является 100% радиостанцией с местным вещанием на русском языке;

- из содержания отчета невозможно однозначно установить что радиостанция «Пульс-Радио» является «признанным лидером в аудитории Йошкар-Олы», поскольку в отчете указано, что участие в опросе приняло 521 респондент, а не все жители г.Йошкар-Олы.

Кроме того, употребление рассматриваемого в рекламе словосочетания «Рен ТВ крупнейшая телесеть России» «Авторадио крупнейшая радиостанция» направлено на создание превосходства услуг, следовательно, указанное словосочетание является сравнительной характеристикой объекта рекламирования.

Однако, в рекламе отсутствует указание на конкретный критерий, с помощью которого указанная в рекламе информация может быть подтверждена или опровергнута объективными данными и по которому возможно осуществить сравнение.

Таким образом, используемые в спорной рекламе словосочетания «Рен ТВ крупнейшая телесеть России» «Авторадио крупнейшая радиостанция» «... Авторадио признанный лидер среди автомобильной аудитории...», «...Пульс Радио признанный лидер аудитории Йошкар-Олы...», «...Единственная 100% радиостанция с местным вещанием на русском языке. Самая большая зона вещания среди городских радиостанций!...» нарушают [пункт 1 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе.

В соответствии с частями 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований [пункт 1 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе несет рекламодатель.

Согласно [пункту 5 статьи 3](#) Закона о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламная информация размещалась на странице в группе в социальной сети «ВКонтакте» <https://vk.com/yocity12com>.

Из письменных пояснений ИП Ф. от 07.09.2018 (вх. №9550) следует, что рекламная информация была размещена стажером по собственной инициативе.

Однако Комиссия Марийского УФАС России считает, что данная информация была размещена в интересах и для продвижения услуг на рынке, оказываемых ИП Ф

Вместе с тем, индивидуальный предприниматель не предприняла действий, направленных на предотвращение распространения рекламы, не соответствующей требованиям Закона о рекламе, Комиссия Марийского УФАС России пришла к выводу о том, что ИП Ф располагала сведениями о распространении рекламы, несоответствующей требованиям Закона о рекламе в группе в социальной сети «ВКонтакте» <https://vk.com/yocity12com> и

не предприняла мер по недопущению нарушения требования действующего законодательства Российской Федерации о рекламе.

Из письменных пояснений ООО «В Контакте» (вх. 13.08.2018 №8968) следует, что пользователями, обладающими правом администрирования сообществом по адресу <https://vk.com/yocity12com> является: «Фох Голубев», Марина Лисанова», «Евгений Дворников», «Сергей Мамеев», «Даниил Баюн», «Алексей Хорошавин», «Алла Федорова», «Владимир Самойлов», «Елена Николаева». Соответственно доступ к администрированию в группе «ВКонтакте» является ограниченным, иные лица без ведома пользователей не имеют возможность разместить информацию в новостной ленте на странице в группе в социальной сети «ВКонтакте» по адресу <https://vk.com/yocity12com>.

Кроме того, из письменных пояснений ООО «Телерадио», ЗАО «Пульс-Радио Йошкар-Ола» следует, что обществами заявки на размещение рекламы в социальной сети в группе по адресу <https://vk.com/yocity12com> в целях продвижения обществ, услуг оказываемых ими, не подавались.

Исходя из вышеизложенного, следует, что рекламодателем, рекламораспространителем, рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является ИП Ф.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В материалах дела представлены доказательства, отражающие прекращение распространения рассматриваемой рекламы в социальных сетях на странице <https://vk.com/yocity12com> в настоящее время, что подтверждаются письменными пояснениями (вх. №9550 от 07.09.2018), представленными ИП Ф. в рамках рассмотрения дела.

На основании изложенного, Комиссия Марийского УФАС России считает, что в данном случае отсутствуют основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37, 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную 17.07.2018 в 16 часов 45

минут в социальных сетях на странице: <https://vk.com/yocity12com>, «Черная пятница 20 июля 4 медиа носителя за 20 000 рублей пакетное размещение...» следующего содержания: «Трансляция видеоролика на канале РЕН ТВ раз в день Крупнейшая телесеть России. Зрелая, платежеспособная аудитория, которая смотрит местные новости. Круглосуточно работает горячая линия. Корреспонденты рассказывают о важных событиях города.», «Трансляция аудио ролика на АВТОРАДИО 6 раз в день Крупнейшая радиостанция. Признанный лидер среди автомобильной аудитории. Музыка, которую любят, узнают и напевают», «Трансляция аудио ролика на ПУЛЬС-РАДИО 6 раз в день ПУЛЬС-РАДИО признанный лидер в аудитории Йошкар-Олы. Единственная 100% радиостанция с местным вещанием на русском языке. Самая большая зона вещания среди городских радиостанций!», «Трансляция баннера на сайте Yocity12.com на Главной странице Трансляция одной новости компании на сайте Yocity12.com в новостной ленте + соц. Сетях (ВК, Фейсбук, Твиттер) + пост-анонс в ВК ***разработка дизайна и написание статьи входит в стоимость», «Информационно-новостной ресурс города, на котором собрана вся необходимая информация о городе Йошкар-Ола и Республике Марий Эл: свежие и актуальные новости, справочник предприятий, афиша, фотоотчеты, конкурсы, спецпроекты, интересные статьи и блоги, и сейчас там можно разместить бесплатно объявление. Все чем дышит и живет наш город, находится на сайте Yocity12.com», поскольку в ней нарушен пункт 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для рассмотрения вопроса о привлечение лица к административной ответственности.

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