

Исх. №АР-08/12496 от 22.08.2019 года

Комиссия Татарстанского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении
Законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии <...> – (должностное лицо);

Члены Комиссии <...> –
(должностное лицо);

<...> – (должностное лицо),

рассмотрев дело №016/05/5-604/2019 в отношении ИП Гатина <...> и <...> на предмет
соблюдения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О
рекламе»),

в отсутствии:

- представителя ИП Гатина Р.Я. – ходатайство о рассмотрении дела без участия;

- представителя <...> – извещена,

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения государственного надзора в сфере рекламы Управлением
Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее –
Управление) был установлен факт использование рекламной конструкции с текстом:
«Чебуречная №1», что имеет признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5
Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктами 1 и 2 статьи 3 Закона «О рекламе», реклама – это
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.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта
рекламирования, 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, а также об
изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. N38-ФЗ «О
рекламе» недобросовестной признается реклама, содержит некорректные
сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые
произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с письмом ФАС России от 30.09.2011 г. №АК/37027, к некорректному
сравнению относятся случаи, когда делается вывод о превосходстве одного товара
над другим, однако конкретные характеристики сравниваемых товаров не
указываются. При этом в рекламе может приводиться, как сравнение рекламируемого
товара с конкретным другим товаром, так и сравнение рекламируемого товара со
всеми иными товарами путем использования «самый лучший», «№1». В отсутствии
указания критерия такого сравнения создается впечатление, что рекламируемая

услуга обладает заявленным преимуществом по всем критериям. Однако, данный вывод достоверен только в отношении одного или нескольких критериев, но не всех. Отсутствие в рассматриваемой рекламе существенной информации о том, что услуга является лучшей на территории, а именно, в России, искажает смысл рекламы и вводит в заблуждение потенциальных клиентов. Таким образом, для того, чтобы использовать в рекламе конструкции «лучший», «первый», «номер один» и т.д. необходимо привести конкретный критерий, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Рекламная вывеска «Чебуречная №1» имеет признаки нарушения закона «О рекламе» в части содержания некорректного сравнения с аналогичными услугами иных хозяйствующих субъектов и (или) индивидуальных предпринимателей путем использования обозначений «№1» без указания конкретных характеристик и (или) параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, а также без указания ссылок на анализы и исследования, подтверждающие превосходство данного места реализации товара перед другими субъектами, осуществляющие аналогичную деятельность.

Вышеуказанная вывеска «Чебуречная №1» может вводить потребителей в заблуждение относительно преимущества рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Управлением был отправлен запрос в ПАО «МТС» с целью получения данных о владельце номера указанного чеке, который был получен при покупке товара в «Чебуречной №1».

В ответ на запрос ПАО «МТС» прислал ответ (вх. №7454 от 13.05.2019г.) в котором сообщается, что номер <...> выделен <...>.

Определением о возбуждении дела №016/05/5-604/2019 (исх. №АР-08/7179 от 17.05.2019г.) у <...> были запрошены документы и сведения необходимые для рассмотрения данного дела. В ответ на вышеуказанное определение <...> представила в адрес Управления письменные пояснения, согласно которым номер телефона на чеке, полученном при покупке товара в «Чебуречной» указан ошибочно, <...> не имеет никакого отношения к деятельности указанного пункта общественного питания. На сегодняшний день данная ошибка устранена, в чеке указан иной номер.

Также ответчиком было заявлено ходатайство о рассмотрении данного дела без личного участия. Данное ходатайство было удовлетворено Комиссией.

Управлением был отправлен запрос в ПАО «ВымпелКом» для установления собственника номера <...> указанного на чеке, полученном при покупке товара.

В ответ на указанный запрос были представлены данные, согласно которым, абонентский номер <...> выделен <...> .

Комиссия пришла к выводу о необходимости привлечения к рассмотрению данного дела <...>, а также исключения из состава лиц участвующих в деле <...> ввиду отсутствия признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе у данного лица.

Впоследствии, в адрес Управления поступили письменные пояснения ИП Гатина <...>, согласно которым предпринимательскую деятельность кафе под названием «Чебуречная №1», которое расположено по адресу: Республика Татарстан, г.

Набережные Челны, пр. Сююмбике, ост. 45 комплекс, осуществляет ИП Гатин Р.Я. Также согласно тем же пояснениям, вышеуказанная вывеска была установлена лично ИП Гатиным Р.Я. 4 мая 2019 года в связи с введением в продажу данного продукта, однако после ознакомления с определением о возбуждении дела №016/05/5-604/2019, вывеска «Чебуречная №1» была заменена на «Чебуречная».

К тому же, от ИП Гатина Р.Я. поступило ходатайство о рассмотрении данного дела без участия индивидуального предпринимателя. Ходатайство было удовлетворено Комиссией.

Учитывая вышесказанное, рассматриваемая реклама содержит признаки недостоверности, а именно не даёт точной информации о преимуществах (цена) рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

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:

1. Признать рекламную вывеску ИП Гатина <...> с текстом: «Чебуречная №1» не соответствующей пункту 1 части 2 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» в части содержания некорректного сравнения рекламируемого товара (услуги) с находящимися в обороте товарами (услугами), которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП Гатину Р.Я. не выдавать, так как в материалах дела присутствуют доказательства устранения нарушения.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о 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)

<...> -