

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> – <...>, рассмотрев материалы дела в отношении ООО «Хендэ Мотор СНГ» (ИНН 7703623202, адрес регистрации: 123112, г. Москва, ул. Тестовская, д.10) по факту распространения рекламы автомобиля Hyundai Solaris с текстом «Самый безопасный из всех автомобилей В-класса, протестированных по программе ARCAR в 2017 году», что имеет признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

В ходе проведения государственного надзора Управлением ФАС по Республике Татарстан был установлен факт распространения рекламы автомобиля Hyundai Solaris с текстом «Самый безопасный из всех автомобилей В-класса, протестированных по программе ARCAR в 2017 году».

В соответствии с пунктом 1 части 2 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.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 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.

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 «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 (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Фотографии рекламы представлены ниже (<https://www.youtube.com/channel/UC0UnOmgllZR1fRGrXa2ONFQ>):

Результаты тестирования автомобилей по ARCAR размещены на сайте <https://autoreview.ru/arcap>. Краш-тест автомобиля Hyundai Solaris в 2020 размещен по ссылке: [https://autoreview.ru/arcap/cars/Hyundai/Solaris%20\(2017\)](https://autoreview.ru/arcap/cars/Hyundai/Solaris%20(2017)).

Однако проведенный анализ данного исследования показывает, что данный тест осуществлен для автомобиля, произведенного в 2017 году, реклама Hyundai Solaris в 2020 году направлена на автомобиль, выпущенный в 2020 году, что имеет существенные отличия автомобилей, как по кузову, так и по техническим характеристикам.

На представленных фото видны внешние различия.

Согласно пункту 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.

Согласно Постановлению 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.

В соответствии с п. 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего.

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 "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Реклама автомобиля Hyundai Solaris с текстом: «Самый безопасный из всех автомобилей В-класса, протестированных по программе ARCAR в 2017 году» утверждает, что на основании краш-теста по программе ARCAR в 2017 году рекламируемый автомобиль является самым безопасным в своем классе. Между тем, при переходе по ссылке на указанный тест не совсем понятно, все ли автомобили указанного класса были протестированы по указанным параметрам.

Так, к автомобилям «В» класса относятся автомобили с габаритами:

- ширина 1,7 метра;
- длина 3,4 – 4,3 метра.

К таким автомобилям по информации с разных источников можно отнести:

- практически все Лады и ВАЗы: Лада приора, ВАЗ 2109, ВАЗ 21099, ВАЗ 2112, 2114,

Калина, Ларгус.

- Chery Bonus.

- Lifan 320.

- BYD F3.

- FAW Vita.

- Chery Amulet.

- Renault LOGAN.

- Hyundai i20.

- Peugeot 208.

- Volkswagen Polo.

- KIA Rio.

- Suzuki Swift.

- Nissan Note.

- Mazda 2.

- Toyota Auris.

- и другие автомобили.

Между тем, исходя из анализа представленного отчета, сравнение характеристик данного автомобиля со всеми моделями одного класса других производителей, в рамках тестирования, указанного в качестве подтверждения «самый безопасный» не проводились.

В целях подтверждения достоверности и объективности утверждения сомнительного слогана «самый безопасный в классе» необходимо оценить перечень автомобилей из класса «В», прошедших аналогичные испытания по тем же параметрам. Более того, информация из исследования не подтверждает, что автомобили других производителей не набрали такое же количество очков. На сайте указано лишь, что автомобили двух производителей набрали баллов чуть меньше.

На основании изложенного, есть все основания считать, что отчет по программе ARCAR в 2017 году не является объективным и надлежащим подтверждением того, что Хендай Солярис является самым безопасным в классе, так как информация об исследованиях всех автомобилей в классе и сравнительная характеристика в данном тесте отсутствует.

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 (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» дано понятие рекламы - 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

С учетом изложенного, рекламное объявление с текстом следующего содержания: «Самый безопасный из всех автомобилей В-класса, протестированных по программе ARCAR в 2017 году» имеет признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель.

Статьей 3 Закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Из указанного определения следует, что рекламодателем может быть как лицо, заинтересованное в реализации объекта рекламирования (изготовитель товара, продавец товара, лицо, оказывающее услуги), так и иное лицо, если указанное лицо совершило действия по выбору объекта рекламирования (под которым понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама) и содержания рекламной информации. При этом отнесение того или иного лица к рекламодателю осуществляется исходя из объекта рекламирования, к которому формируется интерес в рекламе, условий договора о распространении рекламы, а также иных обстоятельств распространения рекламы (письмо ФАС России от 31.05.2016 N АК/36350/16 «О разъяснении отдельных положений Федерального закона «О рекламе»).

Также на заседании Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и антимонопольного законодательства при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан от 11.06.2020 было установлено, что реклама с текстом: «Самый безопасный из всех автомобилей В-класса, протестированных по программе ARCAR в 2017 году» вводит в заблуждение потребителей и нарушает ли пункт 1 части 2 статьи 5, пункт 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Рекламодателем является ООО «Хендэ Мотор СНГ» (ИНН 7703623202, адрес регистрации: 123112, г. Москва, ул. Тестовская, д.10).

Ввиду изложенного и на основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона о рекламе, а также в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

Возбудить производство по делу №016/05/5-1915/2020 по признакам нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

Назначить дело №016/05/5 -1915/2020 к рассмотрению на 18 ноября 2020 в 16 часов 00 минут по адресу: г. Казань, ул. Московская, д. 55, кабинет 217 (зал заседаний).

Рекламодателем признать - ООО «Хендэ Мотор СНГ» (ИНН 7703623202, адрес регистрации: 123112, г. Москва, ул. Тестовская, д.10).

ООО «Хендэ Мотор СНГ» (ИНН 7703623202, адрес регистрации: 123112, г. Москва, ул. Тестовская, д.10) в течение пяти дней со дня получения настоящего запроса представить в Управление (с дублированием на электронный почтовый адрес: <...> (включительно) надлежащим образом следующие заверенные копии документов и сведений:

информация о видах деятельности осуществляемых ООО «Хендэ Мотор СНГ» (ИНН 7703623202, адрес регистрации: 123112, г. Москва, ул. Тестовская, д.10) в 2017, в 2018, в 2019 г., с указанием объемов осуществляемых услуг, реализованных товаров, выполненных работ, в стоимостном (руб.) и натуральном выражении (шт. объем и т.п.), информацию о местах осуществления каждого вида деятельности (адреса осуществления деятельности) с приложением подтверждающих документов;

договоры на изготовление и размещение рекламного макета с текстом: «Самый безопасный из всех автомобилей В-класса, протестированных по программе ARCAR в 2017 году»;

информация об изготовителе вышеуказанного рекламного макета;

информацию, подтверждающую, что Hyundai Solaris самый безопасный из всех автомобилей В-класса, протестированных по программе ARCAR в 2017 году;

паспортные данные (лицевая сторона, прописка) и доверенность представителя Общества;

письменные пояснения по фактам, изложенным в настоящем определении о возбуждении дела;

иные документы и сведения, имеющие значение для дела, при наличии возражений – нормативное и документальное их обоснование.

В случае, если какие-либо пункты не реализованы (отсутствуют), указать мотивированную причину отсутствия данных документов или сведений.

При подготовке ответа на данный запрос, просим формировать ответ по пунктно, согласно списку запрашиваемой информации, а также в сопроводительном письме необходимо указать ссылку на исходящий номер <...> указанный в левом верхнем углу первой страницы запроса.

Непредставление в установленный срок сведений по требованию антимонопольного органа, либо представление заведомо недостоверных сведений (информации) влечёт наложение административного штрафа, предусмотренную частью 5 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, на граждан в размере от одной тысячи пятисот до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц – от десяти тысяч до пятнадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от пятидесяти тысяч до пятисот тысяч рублей.

Явка ООО «Хендэ Мотор СНГ» в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

ВНИМАНИЕ: В целях предотвращения угрозы распространения вируса COVID-19 (коронавирус) Управление рекомендует представлять свои интересы путем направления письменных пояснений, без непосредственного присутствия (по возможности) на заседании. В случае принятия решения о явке на заседание Комиссии просим обязательно обеспечить меры предосторожности и на заседании использовать медицинскую маску (иные средства защиты).

<...>