

ООО «ВА Ретро»

162900, Вологодская область, г.
Вытегра, пр-т Ленина, 3А

«26» июня 2015г. № 3067

<...>

<...>

Резолютивная часть оглашена 18 июня 2015 г.

Решение в полном объеме изготовлено 25 июня 2015 г.

г. Вологда

РЕШЕНИЕ № 14/2015

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

председатель Комиссии: Щепелин В.П.– Заместитель руководителя Управления;

члены Комиссии:

Власов А.А. – начальник отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли,

Галанина О.В. – государственный инспектор отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли,

Есина Е.М. - специалист 1 разряда отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли,

рассмотрев дело № 14/2015 по признакам нарушения Шиловым Дмитрием Вячеславовичем, Федерального закона 2006 года №38-ФЗ (далее - Закон «О рекламе»),

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

- <...> (далее – гражданин);

заинтересованного лица:

- представитель ООО «Ва Ретро» - <...> по доверенности от 23.03.15 г. (далее-представительно Общества),

УСТАНОВИЛА:

Должностным лицом отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области (далее- Управление), в ходе рассмотрения заявления <...> о признаках нарушения рекламного законодательства, установлено, что на сайте <http://vk.com> на странице пользователя «Кирилл Тимофеев» (http://vk.com/restaurant_watergate), размещенная реклама следующего содержания: «Отпразднуйте детский день рождения в ресторане «Watergate» в марте и получите в подарок торт!* у нас самое вкусное детское меню и самая уютная атмосфера!..». которая имеет признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, поскольку в ней усматривается нарушение п. 1 ч.3 ст. 5 Закон «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: «Отпразднуйте детский день рождения в ресторане «Watergate» в марте и получите в подарок торт!* у нас самое вкусное детское меню и самая уютная атмосфера!..» размещалась на сайте <http://vk.com>.

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 Общества пояснил, что страница пользователя «Кирилл Тимофеев» (http://vk.com/restaurant_watergate), отношения к ООО «ВА Рестро» не имеет. Данную страницу создал <...>, только у него есть доступ (логин, пароль) страницы пользователя «Кирилл Тимофеев». Доступ иных лиц к странице невозможен. Макет рекламы создал и разместил по личной инициативе <...> признал нарушение рекламного законодательства.

Комиссией установлено, что вышеуказанная реклама размещалась на сайте <http://vk.com>, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Рассмотрев материалы дела, заслушав представителей сторон, 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 соответствующие 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 (преимущество) объекта рекламирования – «самое вкусное детское меню и самая уютная атмосфера» на - над такими же 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 не содержит соответствующие действительности сведения, 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: «Отпразднуйте детский день рождения в ресторане «Watergate» в марте и получите в подарок торт!* у нас самое вкусное детское меню и самая уютная атмосфера!..», присутствует информация сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени «самые» 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.

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: «Отпразднуйте детский день рождения в ресторане «Watergate» в марте и получите в подарок торт!* у нас самое вкусное детское меню и самая уютная атмосфера!..», размещенной на сайте <http://vk.com> на странице пользователя «Кирилл Тимофеев» (http://vk.com/restaurant_watergate), поскольку она не соответствует требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

2. Выдать <...> 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.

Председатель Комиссии

_____:

В.П. Щепелин

А.А. Власов

_____:

О.В. Галанина

_____:

Е.М. Есина

_____:

8(8172)72-99-64

<...>

«26» июня 2015г. № 3068

ПРЕДПИСАНИЕ № 14/2015

«25» июня 2015 г.

г. Вологда

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

председатель Комиссии: Щепелин В.П.– Заместитель руководителя Управления;

члены Комиссии:

Власов А.А. – начальник отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли,

Галанина О.В. – государственный инспектор отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли,

Есина Е.М. - специалист 1 разряда отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли,

рассмотрев дело № 14/2015 по признакам нарушения Шиловым Дмитрием Вячеславовичем, Федерального закона 2006 года №38-ФЗ (далее - Закон «О рекламе»), руководствуясь п. 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. <...> - рекламодателю, **в 10-дневный срок**, со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона Российской Федерации 2006 года №38-ФЗ «О рекламе»,

а именно прекратить распространение ненадлежащей рекламы: «Отпразднуйте детский день рождения в ресторане «Watergate» в марте и получите в подарок торт!* у нас самое вкусное детское меню и самая уютная атмосфера!..», размещенной на сайте <http://vk.com> на странице пользователя «Кирилл Тимофеев» (http://vk.com/restaurant_watergate).

2. <...> представить в Управление письменные доказательства исполнения п. 1 настоящего предписания **в пятидневный срок со дня исполнения настоящего предписания**, путем предоставления документов (фотографий), подтверждающих прекращение распространение указанной рекламы на сайте <http://vk.com>.

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.

Председатель Комиссии

_____:

В.П. Щепелин

А.А. Власов

_____:

О.В. Галанина

_____:

Е.М. Есина

_____: