Исх. №АР-08/7227 от 17.05.2019

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: <…> – (должностное лицо)
Члены Комиссии: <…> – (должностное лицо)

<…> – (должностное лицо)

рассмотрев дело №016/05/5-509/2019 в отношении ООО «Муравейник» на предмет соблюдения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

в отсутствии:

- ООО «Муравейник» - ходатайство о рассмотрении дела без участия представителя,

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения государственного надзора в сфере рекламы Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) были установлены признаки правонарушения по факту распространения рекламы ТД «Муравейник» с текстом: «Народный магазин. САМЫЙ БОЛЬШОЙ ВЫБОР. ТД. «Муравейник», что имеет признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (Рис.1).

Рис.1

Заседание Комиссии было назначено на 13 мая 2019 года в 13 часов 30 минут.

В адрес Управления были представлены письменные пояснения от ООО «Муравейник» согласно которым, ООО «Муравейник» осуществляет деятельность в арендованном помещении у <…> (физ. лицо), который является собственником здания ТД «Муравейник». Договора на изготовление и размещение рекламы с текстом: «Народный магазин. САМЫЙ БОЛЬШОЙ ВЫБОР. ТД «Муравейник» не заключал и данную рекламу не размещал.

Кроме того были представлены пояснения <…> (физ. лицо), согласно которым данное лицо является собственником ТД «Муравейник» на основании свидетельства о государственной регистрации от 29.12.2011г. №16-АК 414114. Также, исходя из данных пояснений рекламный макет с текстом: «Народный магазин. САМЫЙ БОЛЬШОЙ ВЫБОР. ТД. «Муравейник», распространяемый на рекламном щите, был придуман <…> (физ. лицо)с целью привлечения внимания потенциальных арендаторов к торговой точке для осуществления своей деятельности. Однако, согласно тем же пояснениям, <…> (физ. лицо)не предполагал, что использование в рекламе словосочетания «самый большой выбор», без указания конкретных характеристик сравниваемых товаров, является нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения, а именно о преимуществах рекламируемого товара перед 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.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе определено, что 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.

Вышеуказанная рекламная информация содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к товарам, реализуемым соответствующими рекламодателями.

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

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

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Рекламодателем является <…> (физ. лицо) так как в вышеуказанном рекламном макете рекламируется ТД «Муравейник» собственником которого является <…> (физ. лицо)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.

В соответствии с пунктами 1 и 2 ФЗ «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.

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:

Признать рекламу Торгового Дома «Муравейник» с текстом: «Народный магазин. САМЫЙ БОЛЬШОЙ ВЫБОР. ТД. «Муравейник» рекламодателем которой является <…> (физ. лицо)не соответствующей требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе».

<…> (физ. лицо)предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать, так как вышеуказанная реклама больше не распространяется.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о возможности возбуждения 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) |