

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

председатель Комиссии – заместитель руководителя – начальник отдела управления .,

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

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

рассмотрев дело № 03-21/48-2018, возбужденное по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившимся в распространении рекламы бутика «Сигнатюр» в эфире радиостанции «Авторадио» - 105,1 FM,

в присутствии ИП С., представителя ООО «Сарафан» - по доверенности от 09.01.2019, в отсутствии иных лиц, участвующих в деле,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы поступило заявление от 22.10.2018 вх. № 194-П о распространении рекламы бутик «Сигнатюр» в эфире радиостанции «Авторадио» - 105,1 FM, следующего содержания: «Ты слышишь? Он приближается. Уверенный шаг и стильный образ. Во всем первый и всегда лучший. Он знает секрет. Бутик «Сигнатюр». Элегантная, эксклюзивная, стильная коллекция одежды и обуви для мужчин и женщин. Почувствуйте праздник вместе с нами. Бутик «Сигнатюр».

Определением от 19.12.2018 Марийским УФАС России возбуждено дело о нарушении законодательства о рекламе №03-21/48-2018.

На заседании комиссии ИП С сообщила, что нарушение законодательства о рекламе не признает, обращение в рекламе направлено к мужчине. Кроме того, индивидуальный предприниматель пояснила, что реклама бутика распространяется давно, и данная реклама направлена на привлечение мужчин к указанному бутику.

Представитель ООО «Сарафан» пояснила, что реклама направлена на привлечение внимания к бутику, однако обращение относится к мужчине. Также на заседании комиссии лица отметили, что реклама бутика «Сигнатюр» меняется каждые пять дней, рассматриваемая реклама на момент рассмотрения дела не распространяется.

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.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 26.03.2006 года № 38-ФЗ (далее - Закон о рекламе) 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.

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 апреля 2007 года исх. № АЦ/4624).

Объект рекламирования - 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. В рассматриваемой рекламе объектом рекламирования является бутик «Сигнатор», а также коллекция одежды и обуви для мужчин и женщин, реализуемая в данном бутике.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, так как распространена при помощи радио, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

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

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.

Согласно пункту 29 Постановления, 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.

Использование в информации приведенных слов фактически означает наличие иных лиц (товаров), которые хуже (не являются первыми, не могут характеризовать себя в качестве «номера один», не самые, не только, не единственные), чем само лицо, распространившее данную информацию, или его товар. То есть образует форму обезличенного сравнения с превосходством такого лица (товара) по сравнению с любым лицом, действующим на данном товарном рынке.

В рассматриваемой рекламе используется утверждение «во всем первый и всегда лучший», следовательно, в рассматриваемой рекламе при использовании сравнительной характеристики объекта рекламирования должно производиться указание конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Однако, в рекламе не указан критерий, по которому произведено сравнение и отсутствует информация, подтверждающая данное утверждение.

Кроме того, нельзя согласиться с позицией ИП С о том, что сравнение «Во всем первый и всегда лучший» относится к мужчине, поскольку в рекламе критерии употребляются в мужском роде, при этом звуковая реклама разделена на 2 части, которые выполнены в двух различных стилях. Первая часть рекламы: «Ты слышишь? Он приближается. Уверенный шаг и стильный образ. Во всем первый и всегда лучший. Он знает секрет. Бутик «Сигнатюр» воспроизведена одним диктором, а вторая часть другим. При этом выделяется голосом только словосочетание «бутик «Сигнатюр», что воспринимается как отношение предыдущих критериев именно к бутику «Сигнатюр».

Данная реклама привлекает внимание потенциальных потребителей именно к объекту рекламирования, то есть к бутику «Сигнатюр» в связи с чем у потребителей может сложиться мнение, что слова «первый», «лучший» относятся именно к бутику.

Однако доказательств, подтверждающих, указанный в рекламе критерий превосходной степени «Во всем первый и всегда лучший», ИП С не представила.

В данном случае, общее восприятие рекламы вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку в спорной рекламе приводятся не обладающие

достоверностью сведения о превосходстве (преимуществе) объекта рекламирования – бутика «Сигнатор» над такими же товарами иных хозяйствующих субъектов (бутиков).

Рекламное утверждение «Во всем первый и всегда лучший» позволило сделать вывод о том, что именно данный бутик сравнивается со всеми участниками рынка аналогичных бутиков.

Кроме того, 23 ноября 2018 года в Марийском УФАС России состоялось заседание Экспертного совета по применению законодательства о рекламе, на котором члены экспертного совета обсудили рекламу бутика «Сигнатор», размещаемую в эфире радиостанции. Так, большинство экспертов указали, что реклама в мужском роде имеет двоякий смысл, направлена на продвижение бутика «Сигнатор», а именно товаров, реализуемых в нем, и создает данному бутику преимущество перед другими хозяйствующими субъектами при применении слов «первый», «лучший».

На основании изложенного, Комиссией Марийского УФАС России сделан вывод, что рассматриваемая реклама нарушает пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В письменных пояснениях от 08.11.2018 вх. №11966 ООО «Сарафан» (радиостанция «Авторadio») сообщило, что распространение указанной рекламы осуществлено в рамках договора № 57 от 17.11.2017, заключенного между ООО «Сарафан» (Исполнитель) и ИП С. (Заказчик).

Согласно данному договору заказчик поручает, а исполнитель обязуется оказать заказчику услуги по размещению предоставленных заказчиком рекламных материалов в эфире телеканала «Регион 12» и радиостанций «Пульс – Радио» 103,8 FM, «Марий Эл Радио» 105,5 FM и «Авторadio» 105,1 FM – в объеме и на условиях, предусмотренных данным договором, в соответствии с согласованными с заказчиком медиа-планами.

Заявка на размещение рекламы была сделана в письменной форме по электронной почте, макет рекламы также предоставлен индивидуальным предпринимателем по электронной почте. Согласование размещения рекламы сторонами договора происходило по средствам электронной переписки и по телефону. Исполнитель в лице ООО «Сарафан» выполняет

работы по размещению рекламных материалов в эфире радиостанции «Авторadio» на частоте 105,1 FM согласно представленному медиа-плану с 01.10.2018 по 30.10.2018. Фактическое исполнение договора подтверждается актом № 714 от 31.10.2018, а также платежным поручением № 1 от 29.10.2018.

Таким образом, ИП С является рекламодателем и рекламопроизводителем данной рекламы, рекламораспространителем является ООО «Сарафан».

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе ответственность несет рекламодатель.

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 отсутствуют доказательства, отражающие распространение рассматриваемой рекламы в эфире радиостанции «Авторadio» в настоящее время.

На основании изложенного, Марийское УФАС России, считает, что в данном случае отсутствуют основания для выдачи ИП С 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 бутика «Сигнатюр», распространяемую в эфире радиостанции «Авторadio» - 105,1 FM, следующего содержания: «Ты слышишь? Он приближается. Уверенный шаг и стильный образ. Во всем первый и всегда лучший. Он знает секрет. Бутик «Сигнатюр». Элегантная, эксклюзивная, стильная коллекция одежды и обуви для мужчин и женщин. Почувствуйте праздник вместе с нами. Бутик «Сигнатюр» поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном

правонарушении, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия в Арбитражный суд Республики Марий Эл.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии