

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №210/14

Резолютивная часть решения оглашена «14» октября 2014 г.

Решение изготовлено в полном объеме «28» октября 2014 г. г.  
Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Т. В. Лопаткина - заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы;

члены Комиссии: И. В. Волохина - главный специалист-эксперт отдела рекламы;

Д. А. Былина - специалист-эксперт отдела рекламы;

рассмотрев дело №210/14 по признакам нарушения Обществом с ограниченной ответственностью "Рич Пэтс" (ИНН/КПП 5406177135/540601001, ОГРН 1025402491476, дата постановки на учет: 22.02.2000 г., юридический адрес: 630099, г. Новосибирск, ул. Каменская, 34) при распространении в период с декабря 2013 г. по февраль 2014 г. информации о зоомагазине «Котоваськино» следующего содержания:

«Зоомагазин №1 Котоваськино У Васьки – дешевле [www.котоваськино.рф](http://www.котоваськино.рф) ул. М. Горького, 47», с признаками нарушения Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»):

- п.1 ч.2 ст.5: недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

- п.1 ч.3 ст.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;

- п.20 ч.3 ст.5: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара;

- ч.7 ст.5: не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы,

в присутствии представителей:

«...»

УСТАНОВИЛА:

Новосибирским УФАС России проведена проверка по поступившему заявлению физического лица «...» (вх. №629э от 14.02.2014г.) по факту распространения в

феврале 2014 г. информации о зоомагазине «Котоваськино» следующего содержания:

«Зоомагазин №1 Котоваськино У Васьки – дешевле [www.котоваськино.рф](http://www.котоваськино.рф) ул. М. Горького, 47».

Данная информация распространялась в г. Новосибирске посредством баннеров, размещенных на рекламных конструкциях (щит 3x6м), находящихся по адресу: г. Новосибирск, ул. Крылова – ул. Мичурина, у с/к «Спартак».

Согласно, ст.3 Федерального закона «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.

Реклама призвана быть убеждающей по своему характеру с тем, чтобы привлечь внимание новых потребителей к товару (объекту рекламирования), сформировать положительное представление о нем и необходимое рекламодателю для продвижения товара позитивное отношение к нему. Признаком рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту рекламирования для продвижения его на рынке, поддержать интерес к нему и закрепить его образ в памяти потребителя.

Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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; под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Таким образом, вышеуказанная информация, распространяемая на рекламных конструкциях (щит 3x6м) по адресу: г. Новосибирск, ул. Крылова – ул. Мичурина, у с/к «Спартак», является рекламной, т.к. адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (зоомагазину «Котоваськино» и всему ассортименту товаров, представленных в магазине), формирование интереса к нему и его продвижение на рынке, следовательно, в полной мере отвечает всем признакам определения «реклама».

Статьей 5 Федерального закона «О рекламе» установлены общие требования к рекламе.

Ненадлежащей признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

Согласно п.1 ч.2 ст.5 Федерального закона «О рекламе», недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Реклама, содержащая не соответствующие действительности сведения о

преимущества рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, признается недостоверной (п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе»).

В силу п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Согласно ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, если при этом искажается смысл информации, вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В п. 1 ч. 2 ст. 5 запрещается приведение в рекламе некорректного сравнения. Сравнение предполагает такую подачу информации, в которой сопоставляются два и более явления, исследуются их параметры, сходство или различие.

В данном случае в рекламе приводится сравнение объекта рекламирования – зоомагазина «Котоваськино», а, следовательно, ассортимента данного магазина и услуг, оказываемых данным магазином, со всеми иными однородными зоомагазинами, без указания какого-либо конкретного сравнительного критерия. В отсутствие указания критерия такого сравнения создается впечатление, что зоомагазин «Котоваськино» обладает заявленным преимуществом по любому критерию, т.е. обладает абсолютным первенством среди иных зоомагазинов.

Реклама товаров (работ, услуг) не должна создавать у потребителей заблуждений относительно свойств (качеств, характеристик и др.) товара (работы, услуги). Таким образом, в рекламе не допускается использование информации не соответствующей действительности и аналогичных сведений о преимуществах рекламируемого товара.

Действующее законодательство в регулируемой сфере правоотношений исходит из того, что достоверность распространяемой рекламы с использованием утверждений в превосходной степени «лучшее», «№1» должна соответствовать реальной действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

При этом, применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени, например утверждений о "самом", "лучшем", "абсолютном", "единственном", "№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. Утверждение "№1" в отношении товара указывает на превосходство данного товара над другими товарами, поскольку "№1" подразумевает, что рекламируемый товар является первым из числа других однородных товаров, обладая более высокими достоинствами и преимуществом перед ними во всех отношениях.

В рассматриваемой рекламе приводятся не обладающие достоверностью сведения о превосходстве (преимуществе) объекта рекламирования, оказываемых услуг по реализации товаров, над другими хозяйствующими субъектами и аналогичными услугами.

Оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями. Указанная рекламная информация способна вызвать неверные представления у потребителей относительно объекта рекламирования и отрицательно повлиять на осознанный выбор организации, оказывающей услуги на рынке товаров для животных г. Новосибирска, что указывает на нарушение п.1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

В рассматриваемой рекламе отсутствует наименование критерия(ев), по результатам оценки которых указанный зоомагазин является зоомагазином №1. Данный факт дает основание для вывода об абсолютном первенстве зоомагазина, выбранного по результатам оценки любого критерия. Т.е. для потребителя зоомагазин «Котоваськино» является лидером на рынке товаров для животных.

Ответственность за нарушение ч.ч.2, 3 ст.5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаатель (ч.7 ст. 38 ФЗ «О рекламе»).

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Материалами проверки установлено, что лицом, разместившем данную рекламу, является ООО «Рич Пэтс» (Договор №610 от 30.10.2013г., заключенный между ООО «РИМ-С» и ООО «Рич Пэтс», Адресная программа размещения рекламных плакатов (Приложение №1 от 30.10.2013г.), счета на оплату). Согласно данным документам, рассматриваемая реклама распространялась посредством баннеров, размещенных на рекламных конструкциях, находящихся по адресу: г. Новосибирск, ул. Крылова – ул. Мичурина, у с/к «Спартак», в период с декабря 2013 г. по февраль 2014 г.

ООО «Рич Пэтс» возникло путем смены наименования ООО «РегионИнвест-Холдинг» на ООО «Рич Пэтс» (Решение №7 Единственного участника ООО «РегионИнвест-Холдинг» от 25.06.2013г.). Т. е. ООО «Рич Пэтс» является полным правопреемником ООО «РегионИнвест-Холдинг».

Как следует из пояснений ООО «Рич Пэтс», утверждение «Зоомагазин №1 Котоваськино» не является сравнительным в превосходной или иной степени, а призвано сообщить заинтересованным лицам, информацию о месте положения и других контактах первого из сети розничных магазинов под торговой маркой «Котоваськино».

На заседании Комиссии 08.09.2014 г. представителем ООО «Рич Пэтс» были представлены документы об открытии второго магазина сети «Котоваськино» - зоомагазин №2 «Котоваськино» - по адресу г. Новосибирск, ул. Гоголя, 38 (Договор №2 аренды нежилого помещения от 01.06.2014г., Договор от 17.06.2014 г. с ООО «Евросервис» на изготовление и монтаж вывески данного магазина).

В настоящее время компанией ведутся работы по открытию ещё трех магазинов данной сети, которые будут иметь порядковую нумерацию по мере их открытия.

Утверждение «Зоомагазин №1 Котоваськино» призвано сообщить заинтересованным лицам информацию о месте положения и других контактах первого из сети розничных магазинов под торговой маркой «Котоваськино», т.к. пункт самовывоза товара располагается и будет располагаться только в первом магазине розничной сети «Котоваськино».

В подтверждение ООО «Рич Пэтс» предоставляет Приказ №109/1 от 27.12.2013г., согласно которому, директор Общества приказывает ввести сквозную нумерацию открываемых магазинов «Котоваськино» начиная с цифры 1 с шагом единица; присвоить розничному магазину «Котоваськино», расположенному по адресу: ул. Щетинкина, д. 34, порядковый №1; отразить информацию о магазине с указанием его порядкового номера во всех информационных и рекламных материалах.

Данный довод не принят Новосибирским УФАС России на основании следующего. Утверждение «Зоомагазин №1» исполнено в рекламе наряду с названием «Котоваськино». При этом в спорной рекламе не указано, что нумерация является порядковым номером зоомагазина. Кроме того, на момент размещения рассматриваемой рекламы, а также на момент составления Акта проверки, предпринимательскую деятельность вел только один зоомагазин «Котоваськино», расположенный по адресу: г. Новосибирск, ул. Щетинкина, д.34 (ул. М.Горького, 47).

Потребитель не имел возможности знать о намерении открытия дополнительных магазинов. Кроме того, само исполнение, компоновка и размещение рассматриваемой надписи: «ЗООМАГАЗИН №1» с изображением кота, формирует у потребителя впечатление, что зоомагазин «Котоваськино» обладает более высокими достоинствами и преимуществом перед иными однородными зоомагазинами.

Таким образом, в действиях ООО «Рич Пэтс» содержится нарушение п.1 ч.2, п.1 ч.3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение требований п.20 ч.3 ст.5, ч.7 ст.5 Федерального закона «О рекламе» в ходе рассмотрения дела не подтвердилось.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона "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, распространявшуюся в период с декабря 2013г. по февраль 2014 г. посредством рекламных конструкций (щит 3х6м), находящихся по адресу: г. Новосибирск, ул. Крылова – ул. Мичурина, у с/к «Спартак», следующего содержания:

«Зоомагазин №1 Котоваськино У Васьки – дешевле [www.котоваськино.рф](http://www.котоваськино.рф) ул. М.Горького, 47»,

а Общество с ограниченной ответственностью "Рич Пэтс" (ИНН/КПП 5406177135/540601001, ОГРН 1025402491476, дата постановки на учет: 22.02.2000г., юридический адрес: 630099, г. Новосибирск, ул. Каменская, 34) нарушившим требования п.1 ч.2, п.1 ч.3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-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;

- 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;

2. Выдать Обществу с ограниченной ответственностью "Рич Пэтс" (ИНН/КПП 5406177135/540601001, ОГРН 1025402491476, дата постановки на учет: 22.02.2000г., юридический адрес: 630099, г. Новосибирск, ул. Каменская, 34), предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

## ПРЕДПИСАНИЕ

### О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

"28" октября 2014 г.

г. Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Т. В. Лопаткина - заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы;

члены Комиссии: И.В. Волохина - главный специалист-эксперт отдела рекламы;

Д. А. Былина - специалист-эксперт отдела рекламы;

на основании своего решения от «28» октября 2014 г. по делу №210/14 о признании ненадлежащей рекламы, размещаемой в период с декабря 2013г. по февраль 2014 г. на рекламных конструкциях (щит 3х6м), находящихся по адресу: г. Новосибирск, ул. Крылова – ул. Мичурина, у с/к «Спартак», следующего содержания:

«Зоомагазин №1 Котоваськино У Васьки – дешевле [www.котоваськино.рф](http://www.котоваськино.рф) ул.

М.Горького, 47»,

и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона "О рекламе", пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью "Рич Пэтс" (ИНН/КПП 5406177135/540601001, ОГРН 1025402491476, дата постановки на учет: 22.02.2000г., юридический адрес: 630099, г. Новосибирск, ул. Каменская, 34) в 5-дневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно, не допускать распространение рекламы, с нарушением п.1 ч.2, п.1 ч.3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-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;

- 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;

2. Обществу с ограниченной ответственностью "Рич Пэтс" (ИНН/КПП 5406177135/540601001, ОГРН 1025402491476, дата постановки на учет: 22.02.2000г., юридический адрес: 630099, г. Новосибирск, ул. Каменская, 34) представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 28 ноября 2014 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новосибирское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от пятидесяти до ста минимальных размеров оплаты труда; на юридических лиц - от двух тысяч до пяти тысяч минимальных размеров оплаты труда.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.