

## РЕШЕНИЕ

«20» ноября 2017г.

г. Кемерово

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

Заместителя председателя Комиссии:

<...> -

заместителя руководителя управления;

Членов Комиссии: <...> -

<...> - начальника отдела рекламы, недобросовестной конкуренции и финансовых рынков;

специалиста-эксперта отдела рекламы, недобросовестной конкуренции и финансовых рынков;

рассмотрев дело № 68/Р-2017, возбужденное в отношении <...> (адрес: <...>, далее – <...>) о распространении рекламы, содержащей признаки нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3, части 7 статьи 5, части 7 статьи 24, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту - ФЗ «О рекламе»),

### УСТАНОВИЛА:

10.05.2017г. в адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области поступили обращения физического лица (вх. № 3595 от 10.05.2017г., вх. № 3596 от 10.05.2017г., вх. № 3597 от 10.05.2017г., вх. № 3598 от 10.05.2017г., вх. № 3599 от 10.05.2017г.) о наличии признаков нарушения ФЗ «О рекламе» при распространении рекламы в кабинках лифтов многоквартирных домов в г. Новокузнецке.

В своих обращениях заявитель ссылается на распространение рекламы следующего содержания:

1) – «Купи в рассрочку\* KARCHER 0р первый взнос 0% переплата 6 месяцев минимойки от 3490 В Керхер центр на Пролетарской... \*Купи в рассрочку – кредит банка «Ренессанс Кредит»...». Данная реклама была размещена в кабинках лифтов по адресам г. Новокузнецк, ул. Вокзальная, 6, ул. Заводская, 19, ул. Зорге, 14, ул. Запорожская, 51 (январь 2017г.).

2) «Грааль. Благоустройство могил. Памятники Гранит, Мрамор. Оградки. Низкие цены, реальные скидки\*... \*условия и сроки предоставления по телефонам...». Данная реклама размещалась по адресу г. Новокузнецк, ул. Вокзальная, 6 (март

2017г.).

«Сервисный центр Мастер холода. Ремонт холодильников стиральных машин электропечей, СВЧ на дому. Скидки постоянным клиентам\*. Выезд мастера бесплатно. \*условия предоставления скидки по тел...». Данная реклама размещалась по адресу г. Новокузнецк, ул. Заводская, 19, ул. Вокзальная, 6, Рокоссовского, 13, ул. Зорге, 14 (январь 2017г.).

«Меркурий 201,5 (5-60 ампер, механическое табло) 1100р. (цена перечеркнута) 650р...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Вокзальная, 6, ул. Запорожская, 51 (март 2017г.).

«В форме. Программа жиросжигающих тренировок... Не будет результата вернем деньги\*... \*Условия акции уточняйте у администратора...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Рокоссовского, 13 (январь 2017г.).

«Кал'ян & Vape. Большой ассортимент устройств, жидкостей и запчастей... Фото этого объявления = скидка 15%...» (январь 2017г.).

«Акция\* Натяжные потолки 2-й потолок -30% 3-й потолок -50%... \*Сроки, условия и порядок проведения акции уточняйте по тел.:...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Рокоссовского, 13 (январь 2017г.).

«Финальная распродажа... карг... \*количество товара ограничено внешний вид и стоимость товара может отличаться от заявленных в рекламе...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Рокоссовского, 13 (январь 2017г.).

«Новая весна. Новые обои... Обойный ряд... Бесплатная доставка обоев на дом!\* Постоянные скидки!\*\*... \*Условия и сроки бесплатной доставки узнавать по телефонам... \*\*Условия, сроки проведения акции узнавать по телефонам...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Зорге, 14 (март 2017г.).

«Гурман. Суши с доставкой... Доставка суши бесплатно\*... \*Условия и Сроки проведения акции уточняйте по тел...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Запорожская, 51 (март 2017г.).

3) «Суши. Пицца. Осетинские пироги... Токуо суши... Акция 2 ролла за 300 руб... Бесплатная доставка... Сроки проведения акции с 1.03.2017г. по 31.03.2017г... \*Условия акции уточняйте по тел...».

4) «Обучись в профессиональном образовательном частном учреждении Клаксон. По цене обычной автошколы\* всего за 16700... \*Подробности акции в офисах ПОЧУ «Клаксон» и на сайте...». Данная реклама была размещена по адресам г. Новокузнецк, ул. Заводская, 19, ул. Вокзальная, 6, ул. Рокоссовского, 13, ул. Зорге, 14 (январь 2017г.).

5) «ОРТОДЕНТ стоматология. Акция\* весь март -10% на профессиональную гигиену и лечение зубов. Консультация ортодонта проводится БЕСПЛАТНО\*\* \*Сроки и условия акции уточняйте по телефону... \*\* сроки и порядок получения консультация по телефону...». Данная реклама размещалась по адресу г. Новокузнецк, ул. Вокзальная, 6 «март 2017г.).

«Мясной ресторан Рибай... Весенний прорыв цены тают на глазах. Лови момент

скидка 50%\*... \*Акция действует весь март, кроме пятницы, субботы и праздничных дней...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Вокзальная, 6 (март 2017г.).

6) «Автошкола «Лидер» категории «А, А1, В, ВЕ» Категория А всего 14000 руб. рассрочка 10 месяцев...Рассрочка предоставляется ООО «Лидер», подробности узнавайте по тел...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Вокзальная, 6, ул. Запорожская, 51.

«Пионер – PRO автошкола...Рассрочка до 10 месяцев без банка и комиссии...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Заводская, 19 (март 2017г.).

7) «Детский стоматолог на Тореза, 39...Имеются противопоказания. Проконсультируйтесь со специалистом». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Рокоссовского, 13.

8) «Мебель Сити...Крупнейший в Сибири мебельный торговый центр. Более 200 мебельных фабрик России и зарубежья...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Заводская, 19 (март 2017г.).

9) «Фирменный магазин Андреич...Лучшие сорта разливных напитков...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Зорге, 14 (март 2017г.).

10) «Автошкола «Мотор»...Единственный в городе Центр ВЫСШЕГО водительского мастерства...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Запорожская, 51 (март 2017г.).

Из ответа ООО «Продюсерский центр «Продвижение – Новокузнецк» (исх. б/н от 20.06.2017г.) следует, что в данном случае рекламодателем является <...> в соответствии с договором № 31 на размещение макетов в кабинах пассажирских лифтов от 11.01.2015г., а также в соответствии с договором оказания услуг по размещению графических материалов от 11.01.2017г., заключенных с ООО «Продюсерский центр «Продвижение – Новокузнецк».

В соответствии с приложениями к указанным договорам макеты вышеуказанных реклам согласовала <...> для размещения в кабинах лифтов многоквартирных домов г. Новокузнецка в январе 2017г., а также в марте 2017г.

05.07.2017г. определением о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе Кемеровским УФАС России было возбуждено дело № 68/Р-2017 в отношении <...> и назначено к рассмотрению на 03.08.2017г. в 11 часов 00 минут. Данное определение было направлено в адрес <...> заказным письмом с уведомлением о вручении.

03.08.2017г. на рассмотрение дела № 68/Р-2017 <...> не явилась. Сведениями о надлежащем уведомлении <...> о дате, времени и месте рассмотрения данного дела Кемеровское УФАС России не располагало.

Определением от 03.08.2017г. рассмотрение дела № 68/Р-2017 было отложено на 05.09.2017г. в 11 часов 00 минут. Данное определение было направлено в адрес <...> заказным письмом с уведомлением о вручении.

05.09.2017г. на рассмотрение дела № 68/Р-2017 <...> не явилась. Сведениями о надлежащем уведомлении <...> о дате, времени и месте рассмотрения данного дела Кемеровское УФАС России не располагало.

Определением от 05.09.2017г. рассмотрение дела № 68/Р-2017 было отложено на 09.10.2017г. в 09 часов 00 минут. Данное определение было направлено в адрес <...> заказным письмом с уведомлением о вручении (распечатка с сайта ФГУП «Почта России: отслеживание почтовых отправлений» с пометкой «истек срок хранения» имеется в материалах дела).

09.10.2017г. состоялось рассмотрение дела № 68/Р-2017 в отсутствие <...>, уведомленной надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения данного дела.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия Кемеровского УФАС России пришла к выводу о необходимости отложения рассмотрения данного дела для получения дополнительных доказательств.

Определением от 09.10.2017г. рассмотрение дела № 68/Р-2017 было отложено на 20.11.2017г. в 09 часов 00 минут. Данное определение было направлено в адрес <...> заказным письмом с уведомлением о вручении (распечатка с сайта ФГУП «Почта России: отслеживание почтовых отправлений» с пометкой «истек срок хранения» имеется в материалах дела).

20.11.2017г. состоялось рассмотрение дела № 68/Р-2017 в отсутствие <...>.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия Кемеровского УФАС России установила:

10.05.2017г. в адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области поступили обращения физического лица (вх. № 3595 от 10.05.2017г., вх. № 3596 от 10.05.2017г., вх. № 3597 от 10.05.2017г., вх. № 3598 от 10.05.2017г., вх. № 3599 от 10.05.2017г.) о наличии признаков нарушения ФЗ «О рекламе» при распространении рекламы в кабинах лифтов многоквартирных домов в г. Новокузнецке следующего содержания:

1) – «Купи в рассрочку\* KARCHER 0р первый взнос 0% переплата 6 месяцев минимойки от 3490 В Керхер центр на Пролетарской... \*Купи в рассрочку – кредит банка «Ренессанс Кредит»...». Данная реклама была размещена в кабинах лифтов по адресам г. Новокузнецк, ул. Вокзальная, 6, ул. Заводская, 19, ул. Зорге, 14, ул. Запорожская, 51 (январь 2017г.).

В соответствии с письмом с ФАС России от 31.07.2014г. № АД/30890/14 «О рекламе финансовых услуг» к условиям, определяющим полную стоимость кредита, могут быть отнесены: сумма потребительского кредита (займа); срок действия договора потребительского кредита (займа) и срок возврата потребительского кредита (займа); валюта, в которой предоставляется потребительский кредит (заем); процентная ставка в процентах годовых, а при применении переменной процентной ставки – порядок ее определения.

В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» 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 нарушение данной правовой нормы в тексте вышеуказанной рекламы указаны условия только о первом взносе, процентной ставке и сроке кредита. Иные условия, определяющие полную стоимость кредита, необходимые потребителю для принятия осознанного решения в тексте рекламы отсутствуют.

Согласно пункту 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий

Частью 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе» установлено, что если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

В нарушение части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе» в тексте вышеуказанной рекламы отсутствуют условия, определяющие полную стоимость кредита.

2) «Грааль. Благоустройство могил. Памятники Гранит, Мрамор. Оградки. Низкие цены, реальные скидки\*...\*условия и сроки предоставления по телефонам...». Данная реклама размещалась по адресу г. Новокузнецк, ул. Вокзальная, 6 (март 2017г.).

«Сервисный центр Мастер холода. Ремонт холодильников стиральных машин электропечей, СВЧ на дому. Скидки постоянным клиентам\*. Выезд мастера бесплатно. \*условия предоставления скидки по тел...». Данная реклама размещалась по адресу г. Новокузнецк, ул. Заводская, 19, ул. Вокзальная, 6, Рокоссовского, 13, ул. Зорге, 14 (январь 2017г.).

«Меркурий 201,5 (5-60 ампер, механическое табло) 1100р. (цена перечеркнута) 650р...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Вокзальная, 6, ул. Запорожская, 51 (март 2017г.).

«В форме. Программа жиросжигающих тренировок... Не будет результата вернем деньги\*...\*Условия акции уточняйте у администратора...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Рокоссовского, 13 (январь 2017г.).

«Кал'ян & Vare. Большой ассортимент устройств, жидкостей и запчастей... Фото этого объявления = скидка 15%...» (январь 2017г.).

«Акция\* Натяжные потолки 2-й потолок -30% 3-й потолок -50%...\*Сроки, условия и порядок проведения акции уточняйте по тел.:...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Рокоссовского, 13 (январь 2017г.).

«Финальная распродажа...kari...\* количество товара ограничено внешний вид и

стоимость товара может отличаться от заявленных в рекламе...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Рокоссовского, 13 (январь 2017г.)

«Новая весна. Новые обои...Обойный ряд...Бесплатная доставка обоев на дом!\* Постоянные скидки!\*\* ...\*Условия и сроки бесплатной доставки узнавать по телефонам...\*\*Условия, сроки проведения акции узнавать по телефонам...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Зорге, 14 (март 2017г.).

«Гурман. Суши с доставкой...Доставка суши бесплатно\*...\*Условия и Сроки проведения акции уточняйте по тел...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Запорожская, 51 (март 2017г.).

В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» 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.

Отсутствие в рекламе указания на сроки проведения акции не позволяет потребителям правильно и адекватно воспринимать рекламную информацию, вводит в заблуждение относительно временного промежутка реализации указанного в рекламе мероприятия, нарушает их права на получение достоверной информации о рекламируемой акции. Данная информация является существенной для потребителя рекламы, поскольку влияет на оценку и решение потребителей относительно приобретения товара по акции, указанной в рекламе.

Указание в рекламе отсылки к иным источникам рекламы (подробности по телефонам, на сайте, у администратора, у продавцов) не может рассматриваться как предоставление всей необходимой и достоверной информации при размещении рекламы с помощью иных средств (распространения рекламы в кабинках лифтов).

В нарушение данной правовой нормы в текстах вышеуказанной рекламы отсутствует информация о сроках акции и условиях, что вводит в заблуждение потребителей рекламы и искажает смысл информации.

3) «Суши. Пицца. Осетинские пироги...Токуо суши...Акция 2 ролла за 300 руб... Бесплатная доставка...Сроки проведения акции с 1.03.2017г. по 31.03.2017г... \*Условия акции уточняйте по тел...».

В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» 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 нарушение данной правовой нормы в текстах вышеуказанной рекламы отсутствует информация об условиях акции, что вводит в заблуждение потребителей рекламы и искажает смысл информации.

4) «Обучись в профессиональном образовательном частном учреждении Клаксон. По цене обычной автошколы\* всего за 16700...\*Подробности акции в офисах ПОЧУ «Клаксон» и на сайте...». Данная реклама была размещена по адресам г.

Новокузнецк, ул. Заводская, 19, ул. Вокзальная, 6, ул. Рокоссовского, 13, ул. Зорге, 14 (январь 2017г.).

В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» 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.

Отсутствие в рекламе указания на сроки проведения акции не позволяет потребителям правильно и адекватно воспринимать рекламную информацию, вводит в заблуждение относительно временного промежутка реализации указанного в рекламе мероприятия, нарушает их права на получение достоверной информации о рекламируемой акции. Данная информация является существенной для потребителя рекламы, поскольку влияет на оценку и решение потребителей относительно приобретения товара по акции, указанной в рекламе.

Указание в рекламе отсылки к иным источникам рекламы (подробности в офисах, на сайте) не может рассматриваться как предоставление всей необходимой и достоверной информации при размещении рекламы с помощью иных средств (распространения рекламы в кабинках лифтов).

В нарушение данной правовой нормы в тексте вышеуказанной рекламы отсутствует информация о сроках и условиях акции, что вводит в заблуждение потребителей рекламы и искажает смысл информации.

5) «ОРТОДЕНТ стоматология. Акция\* весь март -10% на профессиональную гигиену и лечение зубов. Консультация ортодонта проводится БЕСПЛАТНО\*\* \*Сроки и условия акции уточняйте по телефону... \*\* сроки и порядок получения консультация по телефону...». Данная реклама размещалась по адресу г. Новокузнецк, ул. Вокзальная, 6 (март 2017г.).

«Мясной ресторан Рибай...Весенний прорыв цены тают на глазах. Лови момент скидка 50%\*... \*Акция действует весь март, кроме пятницы, субботы и праздничных дней...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Вокзальная, 6 (март 2017г.).

Алатырь ресторан – экспозиция. Акции на январь\*...Колоритное заведение русской кухни... \*телефон для справок...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Рокоссовского, 13 (январь 2017г.).

Отсутствие в рекламе указания на сроки проведения акции (не назван год) не позволяет потребителям правильно и адекватно воспринимать рекламную информацию, вводит в заблуждение относительно временного промежутка реализации указанного в рекламе мероприятия, нарушает их права на получение достоверной информации о рекламируемой акции. Данная информация является существенной для потребителя рекламы, поскольку влияет на оценку и решение потребителей относительно приобретения товара по акции, указанной в рекламе.

Указание в рекламе отсылки к иным источникам рекламы (подробности по телефонам) не может рассматриваться как предоставление всей необходимой и достоверной информации при размещении рекламы с помощью иных средств

(распространения рекламы в кабинках лифтов).

В нарушение данной правовой нормы в текстах вышеуказанной рекламы отсутствует информация о сроках акции (не указан год), а также условия указанных акций, что вводит в заблуждение потребителей рекламы и искажает смысл информации.

б) «Автошкола «Лидер» категории «А, А1, В, ВЕ» Категория А всего 14000 руб. рассрочка 10 месяцев... Рассрочка предоставляется ООО «Лидер», подробности узнавайте по тел...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Вокзальная, 6, ул. Запорожская, 51.

«Пионер – PRO автошкола... Рассрочка до 10 месяцев без банка и комиссии...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Заводская, 19 (март 2017г.).

В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» 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 нарушение данной правовой нормы в текстах рекламы отсутствуют условия предоставления рассрочки, что искажает смысл информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы.

7) «Детский стоматолог на Тореза, 39... Имеются противопоказания. Проконсультируйтесь со специалистом». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Рокоссовского, 13.

В соответствии с частью 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

Кемеровским УФАС России была просмотрена указанная реклама и установлено,



что в данном случае соотношение предупреждения о наличии противопоказаний к рекламе составляет 4,5% Расчет:

$10,5 * 100 / 231,24 = 4,5\%$ , где 10,5 (см<sup>2</sup>) – объем предупреждения, 231,24 (см<sup>2</sup>) – объем рекламы.

В соответствии с Номенклатурой медицинских услуг стоматология и стоматология детская являются медицинской услугой (064).

В нарушение данной правовой нормы в вышеуказанной рекламе медицинских услуг предупреждение о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов составляет менее 5% рекламного пространства.

8) «Мебель Сити... Крупнейший в Сибири мебельный торговый центр. Более 200 мебельных фабрик России и зарубежья...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Заводская, 19 (март 2017г.).

Согласно пункту 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.

Рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся.

В данной рекламе отсутствует подтверждение того, что магазин «Мебель Сити» «крупнейший в Сибири торговый центр». Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 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 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).

Вышеуказанная реклама содержит не соответствующие действительности

сведения, использование в рекламе слова «крупнейший» прямо указывает на преимущество по отношению к другим агрофирмам, формирует у потребителей соответствующее мнение о производителе услуг как о самом крупном, и, следовательно, интерес к его товарам. В части фразы «крупнейший в Сибири мебельный торговый центр» не содержатся конкретные критерии, по которым осуществляется сравнение и которые имеют объективное подтверждение, а именно, не представляется возможным определить по каким критериям ООО «Мебель Сити» является крупнейшим. Использование в рекламе объектов такой сравнительной характеристики при отсутствии фактического и документального обоснования воспринимается потребителями как первый по всем возможным показателям и может ввести их в заблуждение.

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 исходит из того, что достоверность распространяемой рекламы с использованием утверждений в превосходной степени «крупнейший» 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 действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодаделец 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.

В соответствии с пунктом 28 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе. При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Слово «крупнейший» образовано от прилагательного «крупный» с добавлением суффикса -ейший. В толковом словаре Ожегова С.И. значение слова «крупный» определено как: большой по размеру, величине, большой и экономически мощный; значительный по общественному и экономическому положению. Согласно справочнику по правописанию и литературной правке Д.Э. Розенталя (изд. «Айрис-Пресс» 2002 г.) в прилагательных с суффиксами -ейший или -айший включено выражение предельного признака.

Следовательно, в данном случае, в рекламе общества слово «крупнейший» означает самый крупный, и использование в рекламе данного слова прямо

указывает на преимущество заявителя по отношению к другим мебельным магазинам, формирует у потребителей соответствующее мнение о лице, оказывающем услуги, как о самом крупном, в связи с чем, и интерес к его услугам.

Пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что 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.

В нарушение данной правовой нормы в тексте вышеуказанной рекламы не содержится критериев, по которым ООО «Мебель Сити» является «крупнейшим в Сибири мебельным центром», следовательно, использование в рекламе объектов такой сравнительной характеристики при отсутствии фактического и документального обоснования воспринимается потребителями как первый по всем возможным показателям и может ввести их в заблуждение.

9) «Фирменный магазин Андреич...Лучшие сорта разливных напитков...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Зорге, 14 (март 2017г.).

Кемеровским УФАС России установлены следующие признаки нарушения требований ФЗ «О рекламе» при распространении указанного рекламного ролика:

Согласно пункту 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.

Рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся.

В данной рекламе отсутствует подтверждение того, что в магазине «Андреич» «лучшие сорта разливных напитков». Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением должна считаться недостоверной.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «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.

В указанной 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 требования пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии со статьей 3 ФЗ «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.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 508 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «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 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 в спорной рекламе приводятся не обладающие достоверностью сведения о превосходстве (преимуществе) объекта рекламирования – «лучшие сорта разливных напитков» над такими же напитками иных хозяйствующих субъектов, что может вызвать неверные представления у потребителей относительно объекта рекламирования и негативно повлиять на выбор иного магазина.

Общее восприятие рекламы не содержит соответствующие действительности сведения, вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку преимущества рекламируемого супермаркета перед аналогичными 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.

Применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени, например утверждений о «самом», «лучшем», «абсолютном», «единственном» и т.п., действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в

превосходной степени и утверждений, если рекламодаделец 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 вышеуказанной рекламе присутствует информация сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени «самый» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, что нарушает требования пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

10) «Автошкола «Мотор»...Единственный в городе Центр ВЫСШЕГО водительского мастерства...». Данная реклама была размещена по адресу г. Новокузнецк, ул. Запорожская, 51 (март 2017г.).

Согласно пункту 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.

Рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся.

В данной рекламе отсутствует подтверждение того, что автошкола «Мотор» «единственный в городе центр ВЫСШЕГО водительского мастерства». Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением должна считаться недостоверной.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 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 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 «единственный», «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).

Вышеуказанная реклама содержит не соответствующие действительности сведения, использование в рекламе слова «единственный» прямо указывает на

преимущество по отношению к другим автошколам, формирует у потребителей соответствующее мнение о производителе услуг, и, следовательно, интерес к его товарам. В части фразы «единственный в городе центр высшего водительского мастерства» не содержатся конкретные критерии, по которым осуществляется сравнение и которые имеют объективное подтверждение, а именно, не представляется возможным определить по каким критериям ООО «Автошкола Мотор» является единственным и какими пространственными границами в данном случае руководствовалось ООО «Автошкола Мотор». Использование в рекламе объектов такой сравнительной характеристики при отсутствии фактического и документального обоснования воспринимается потребителями как первый по всем возможным показателям и может ввести их в заблуждение.

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.

В соответствии с пунктом 28 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе. При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Следовательно, в данном случае, и использование в рекламе слова «единственный» прямо указывает на преимущество ООО «Автошкола Мотор» по отношению к другим автошколам, формирует у потребителей соответствующее мнение о лице, оказывающем услуги, в связи с чем, и интерес к его услугам.

Пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что 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.

В нарушение данной правовой нормы в тексте вышеуказанной рекламы не содержится критериев, по которым ООО «Автошкола Мотор» является «единственным в городе центром высшего водительского мастерства», следовательно, использование в рекламе объектов такой сравнительной характеристики при отсутствии фактического и документального обоснования воспринимается потребителями как первый по всем возможным показателям и может ввести их в заблуждение.

Из ответа ООО «Продюсерский центр «Продвижение – Новокузнецк» (исх. б/н от 20.06.2017г.) следует, что в данном случае рекламодателем является <...> в соответствии с договором № 31 на размещение макетов в кабинах пассажирских лифтов от 11.01.2015г., а также в соответствии с договором оказания услуг по размещению графических материалов от 11.01.2017г., заключенных с ООО «Продюсерский центр «Продвижение – Новокузнецк».

В соответствии с приложениями к указанным договорам макеты вышеуказанных реклам согласовала <...> для размещения в кабинах лифтов многоквартирных домов г. Новокузнецка в январе 2017г., а также в марте 2017г.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 1 части 2, пункта 1 части 3, части 7 статьи 5, части 7 статьи 24, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе» несёт рекламодатель.

В данном случае рекламодателем является <...>.

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, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия Кемеровского УФАС России,

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу <...> (адрес: <...>), поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 2, пункта 1 части 3, части 7 статьи 5, части 7 статьи 24, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

2. Не выдавать <...> (адрес <...>) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в связи с окончанием периода размещения рекламы (январь, март 2017г.).

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

Решение изготовлено в полном объеме 04 декабря 2017 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня вынесения.

Заместитель председателя Комиссии:

Члены Комиссии:

<...>

<...>

<...>

