РЕШЕНИЕ по делу № 056/05/5-21/2020

ѐзолютивная часть решения объявлена «12» февраля 2020 года.

ѐшение изготовлено в полном объеме «19» февраля 2020 года.

ѡмиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по ѻенбургской области (далее по тексту – Комиссия, Оренбургское УФАС ѻссии) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства ѻссийской Федерации о рекламе в составе:

ЄО «….»– председателя Комиссии, заместителя руководителя Управления начальника отдела антимонопольного и рекламного контроля ѿщественных связей;

ЄО «….»– члена Комиссии, ведущего специалиста – эксперта отдела ѧтимонопольного и рекламного контроля, общественных связей;

ЄО «….»– члена Комиссии, специалиста – эксперта отдела ѧтимонопольного и рекламного контроля, общественных связей;

ѱрисутствии:

ѻедставителя ООО «….»по доверенности от 04.02.2020г. ООО «….»

ѧссмотрев дело № 056/05/5-21/2020, возбужденное в отношении ООО «….» ѻ признакам нарушения требований, установленных пунктом 1 частью ѵатьи 5 Федерального закона Российской Федерации «О рекламе» № 38 З от 13.03.2006г. (далее по тексту – ФЗ «О рекламе») содержащихся ѐкламе, распространяемой на автомобиле газель next (г/н «….»),

УСТАНОВИЛА:

ѻтрудниками Оренбургского УФАС России 13.11.2019г. проведена ѻоверка рекламы, распространяемой на территории г. Оренбурга на ѻедмет соответствия требованиям, установленным ФЗ «О рекламе».

ходе проверки установлено, что при движении по ул. Терешковой в ѧйоне остановки «Октябрьская» на транспортном средстве газель next /н «….»56) распространяется текстовая информация с содержанием: ОСФРОСТ ТОРГОВАЯ МАРКА/ И на небе, и на суше «Советский

андарт самый лучший/ WWW.ROSFROST.RU» с сопровождением ображения девушки с мороженым, а также изображением мороженого Советский стандарт».

нформация, распространяемая на транспортном средстве, имеет все обходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить е именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного рактера: предназначена для неопределенного круга лиц, преследует рого заданные цели информирования: продвижение на рынке, изована формировать и поддерживать интерес к услугам и товарам, едоставляемые соответствующим рекламодателем.

ренбургским УФАС России установлено, что вышеуказанная нформация, подпадает под понятие рекламы в соответствии с частью 1 атьи 3 ФЗ «О рекламе».

ледовательно, требования Закона о рекламе распространяются на анную рекламную информацию.

нализ представленных материалов и действующего законодательства казал следующее.

огласно части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть обросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и едостоверная реклама не допускаются.

соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, едостоверной признается реклама, которая содержит не оответствующие действительности сведения о преимуществах екламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, оторые произведены другими изготовителями или реализуются другими одавцами.

нформация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям остоверности, в том числе в целях формирования у потребителя рного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, отребительских свойствах.

огласно, пункта 29 постановления Пленума Высшего арбитражного да Российской Федерации от 08.10.2012 года № 58 «О некоторых опросах практики применения арбитражными судами Федерального кона «О рекламе» информация, содержащаяся в рекламе, должна вечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у отребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его честве, потребительских свойствах. В связи с этим использование в

екламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с ными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», омер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, о которому осуществляется сравнение и который имеет объективное одтверждение. Данное объективное подтверждение может быть становлено победой в конкурсе, экспертным исследованием, езависимой экспертизой, независимым опросом-анкетированием отребителей. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким одтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не оответствующие действительности сведения о преимуществах екламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, готовленными другими производителями или реализуемыми другими одавцами.

рассматриваемой рекламе использовалось утверждение «Советский андарт самый лучший», которое в силу постановления Пленума должно иводиться с указанием конкретного критерия, по которому существляется сравнение и который имеет объективное одтверждение.

ля утверждений о рекламируемом товаре, как имеющем статус «самый чший» перед другими товарами, необходимо наличие оснований, зволяющих судить о таком превосходстве.

сходя из содержания части 6 статьи 38 Закона о рекламе, ветственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 стью 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель.

екламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное ределившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы ицо.

ледовательно, рекламодателем рассматриваемой рекламы следует итать ООО «….»

аким образом, усмотрев признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 З «О рекламе» дело № 056/05/5-21/2020 было возбуждено в отношении ОО «….» и назначено к рассмотрению на 12.02.2020г. 11: 00.

ассмотрение Комиссионного дела происходило в присутствии редставителя ООО «….» по доверенности от 24.02.2020г. ООО «….»

редставитель ООО «….» пояснила, что на изготовление рекламного акета для автомобиля был заключен договор №60-19 от 11.04.2019г. на азание комплексных рекламных услуг с ООО «….», где ООО «….»

менуется исполнителем.

а основании п.2.1.2 ч.2 договора №60-19, исполнитель обязан огласовывать эскизы, макеты рекламных материалов с заказчиком ОО «….»).

ОО «….»сообщает, что макет согласован маркетологами ООО «….» .04.2019г., и подтверждает данный факт дополнительным соглашением 1 к договору №61-19 от 11.04.2019г. После получения определения о збуждении дела № 056/05/5-21/200 (исх.№255 от 15.01.2020г.) Общество менило текст рекламы в части фразы: «советский стандарт очень усный» на основании дополнительного соглашения №3 к договору №60- от 11.04.2019г.

з пояснений представителя ООО «….»на заседании Комиссии и атериалов дела усматривается, что ключевая фраза/слово со ловосочетанием «самый лучший», были определены ООО «….», в связи с им Комиссия считает вину общества в нарушении рекламного конодательства установленной.

омиссией установлено, что реклама изменена путем изменения клейки. В связи с изложенным, оснований для выдачи предписания у омиссии не имеется.

ководствуясь пунктом 1 частью 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О екламе» и в соответствии с пунктами 37-50 Правил рассмотрени нтимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушени конодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденны остановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 год 508, Комиссия,

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей рекламу с текстом: «РОСФРОСТ ТОРГОВА АРКА/ И на небе, и на суше «Советский стандарт самый лучший WW.ROSFROST.RU» распространяемую посредством брендировани втомобиля газель next (г/н «….»), поскольку в ней нарушены требования п. 3 ст.5, ФЗ «О рекламе».

Предписание ООО «….» о прекращении нарушения законодательств ссийской Федерации о рекламе не выдавать;

Передать материалы дела №056/05/5-21/2020 уполномоченном лжностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы п

ренбургской области для решения вопроса о возбуждении дела о
дминистративном правонарушении, предусмотренного ч.1 ст.14.
одекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

ешение может быть обжаловано в порядке, установленном статьей 19
обитражного процессуального кодекса Российской Федерации.