

РЕШЕНИЕ

по делу № 074/05/5-133/2024

Резолютивная часть оглашена 13 февраля 2024 года

В полном объеме решение изготовлено 13 февраля 2024 года

пр. Ленина, 59, г. Челябинск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе в составе (далее - Комиссия):

<...> – заместителя руководителя
Челябинского УФАС России;

председателя Комиссии:

<...> – ведущего специалиста-эксперта отдела
контроля торгов и органов власти
Челябинского УФАС России;

членов Комиссии:

<...> – специалиста-эксперта отдела контроля
торгов и органов власти Челябинского УФАС
России,

рассмотрев дело № 074/05/5-133/2024, возбужденное по факту распространения рекламы отеля «СмолиноПарк» в СМИ «Деловой квартал», с признаками нарушения пунктов 1, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Федеральный закон «О рекламе»).

к участию в котором привлечены:

заявитель - _____;

физическое лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения
рекламного законодательства, -

_____;

заинтересованные лица - ООО «С<...>

УСТАНОВИЛА:

В Челябинское УФАС России поступило заявление физического лица (от 22.11.2023 вх. № 15665-ИП/23) по факту распространения в СМИ «Деловой квартал» рекламы отеля «СмолиноПарк» следующего содержания: SMOLINOPARK HOTEL Happy New Year 2023 Новогодний корпоратив в отеле SMOLINOPARK Лучшие ведущие, вкусные банкетные блюда, красивая территория загородного отеля. 15 лет мы создаем для Вас самые яркие и атмосферные мероприятия. Пусть этот праздник будет самым

незабываемым и ярким событием уходящего года», с признаками нарушения пунктов 1, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В качестве доказательства заявителем представлена фотография рекламы отеля «СмолиноПарк», размещенной в СМИ «Деловой квартал» г. Челябинск № 9.

ООО «Д<...> представлены пояснения, согласно которым между Обществом и физическим лицом _____ заключен договор № ДКЧБ-467 на оказание рекламных услуг от 01.11.2023. Физическим лицом _____ представлены 2 рекламных модуля. ООО «Д<...> услуга была оказана, на основании чего подписан Акт выполненных услуг от 13.11.2023.

Согласно сведениям, представленным ООО «С<...>», между Обществом и физическим лицом _____ заключен договор возмездного оказания услуг № 89/2023 от 30.10.2023. ООО «С<...> поручило изготовить макеты, сочинить и определить их содержание, а также разместить рекламу в СМИ исполнителю - физическому лицу _____. Макеты рекламы, ее содержание определялись физическим лицом _____ самостоятельно. Физическое лицо _____ не согласовывало с ООО «С<...> данную рекламу и ее макет, а также не уведомляло о намерении разместить рекламу в СМИ «Деловой квартал». В иных выпусках журнала/других СМИ данная реклама либо аналогичная не публиковалась и не распространялась. ООО «С<...> зарегистрировано 23.11.2009, соответственно Общество осуществляет деятельность 15 лет.

Челябинским УФАС России направлены запросы физическому лицу _____ (от 12.12.2023 исх. № НМ/17164/23, от 10.01.2024 исх. № НМ/87/24) о представлении необходимых документов и сведений, ответы на которые в установленные сроки не поступили.

В связи с наличием признаков нарушения пунктов 1, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» Челябинским УФАС России возбуждено дело **№ 074/05/5-133/2024** в отношении физического лица

_____, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства, ООО «С<...> привлечено в качестве заинтересованного лица.

ООО «С<...> также представлены пояснения, согласно которым при подписании акта об оказанных услугах (Приложение № 2 к договору № 89/2023 от 30.10.2023) Обществом отмечены замечания по недостаткам оказанных услуг, где указано на отсутствие согласования рекламы и ее макета, уведомления о намерении разместить рекламу в СМИ «Деловой квартал». ООО «С<...> в адрес исполнителя направлена претензия с предупреждением о надлежащем исполнении договорных обязательств.

Физическим лицом _____, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства, представлены пояснения, в соответствии с которыми СМИ «Деловой квартал» выбрано самостоятельно, для размещения в котором разработаны рекламные макеты: «Новогодний корпоратив» и «Волшебный новый год». При составлении текста рекламного макета лицом использованы прилагательные в превосходной степени, имея ввиду ведущих и мероприятия данного отеля. Физическое лицо, в действиях

которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства, указывает об отсутствии намерений нарушать Федеральный закон «О рекламе». Данная реклама опубликована только в журнале «Деловой квартал», в других журналах реклама не публиковалась. Реклама размещалась недолгое время и в пределах г. Челябинска.

Рассмотрение заявления и материалов дела приводит к следующим выводам.

Согласно части 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», под рекламой понимается 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.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

- предназначаться для неопределенного круга лиц;
- привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;
- способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке (т.е. воспользоваться услугой).

Согласно позиции ФАС России 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», 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.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Общие требования к рекламе установлены частью 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в которой определено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ 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).

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, 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, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

В соответствии с пунктом 20 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Реклама, в целях привлечения внимания потенциальных потребителей, с указанием на недостоверную информацию, искажает смысл информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы.

Так, в СМИ «Деловой квартал-Челябинск» № 9 ноябрь 2023 год размещалась информация следующего содержания: «SMOLINOPARK HOTEL Happy New Year 2023 Новогодний корпоратив в отеле SMOLINOPARK Лучшие ведущие, вкусные банкетные блюда, красивая территория загородного отеля. 15 лет мы создаем для Вас самые яркие и атмосферные мероприятия. Пусть этот праздник будет самым незабываемым и ярким событием уходящего года».

Исходя из содержания, места распространения указанная информация имеет все признаки рекламы:

- распространена в СМИ «Деловой квартал-Челябинск» № 9 ноябрь 2023 год;
- предназначена для неопределенного круга лиц;
- привлекает, формирует и поддерживает интерес к услугам, предоставляемым отелем «СмолиноПарк»;

- способствует продвижению данных услуг на рынке

Таким образом, указанная информация, размещенная в СМИ «Деловой квартал Челябинск» № 9 ноябрь 2023 год, содержит все признаки рекламы, перечисленные в пункте 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», в связи с чем признается рекламой.

В рассматриваемой рекламе содержится утверждение «Лучшие ведущие», «15 лет мы создаем для Вас самые яркие и атмосферные мероприятия».

Объектом рекламирования является отель «СмолиноПарк», а также новогодние мероприятия, проводимые им в 2023 году.

При этом в рекламе отсутствует указание конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Физическим лицом _____ не представлены доказательства достоверности указания в рекламе «Лучшие ведущие», «15 лет мы создаем для Вас самые яркие и атмосферные мероприятия».

Кроме того, из содержания рекламы до потребителей доведено и воспринимается ими однозначно, что отель «СмолиноПарк» 15 лет оказывает услуги по проведению мероприятий.

Вместе с тем, согласно выписке из единого государственного реестра юридических лиц, а также сведениям, представленным ООО «С<...>», Общество зарегистрировано 23 ноября 2009 года, что свидетельствует об осуществлении деятельности менее 15 лет.

Физическим лицом _____ не представлены иные документы и сведения, подтверждающие осуществление деятельности ООО «С<...>» 15 лет.

Учитывая изложенное, реклама, распространяемая в СМИ «Деловой квартал Челябинск» № 9 ноябрь 2023 года следующего содержания: «SMOLINOPARK HOTEL Happy New Year 2023 Новогодний корпоратив в отеле SMOLINOPARK Лучшие ведущие, вкусные банкетные блюда, красивая территория загородного отеля. 15 лет мы создаем для Вас самые яркие и атмосферные мероприятия. Пусть этот праздник будет самым незабываемым и ярким событием уходящего года», содержит нарушение пунктов 1, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктами 1, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несет рекламоатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламоатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно пункту 5.3 договора № 89/2023 возмездного оказания услуг от 30.10.2023, заключенного между ООО «С<...>» и физическим лицом _____, за содержание макетов на тему «Новогодний корпоратив» и «Волшебный новый год 2023», а также сочинение их содержания и текста, а также за выбор печатного

издания, нарушение законодательства РФ, в том числе антимонопольного
указанное лицо самостоятельно несет ответственность.

Из имеющихся материалов установлено, что рекламодателем рассматриваемой
рекламы является физическое лицо

Согласно документам и сведениям рассматриваемая реклама
распространялась в СМИ «Деловой квартал-Челябинск» № 9 ноябрь 2023 год, в
иных журналах не распространялась. Кроме того, объектом рекламирования в
рассматриваемой рекламе также выступают новогодние мероприятия,
проводимые отелем «СмолиноПар» в 2023 году

Учитывая изложенное, Комиссия приходит к выводу об отсутствии
целесообразности в выдаче предписания о прекращении нарушения
законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона «О
рекламе» и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения
антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения
законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «SMOLINOPARK
HOTEL Happy New Year 2023 Новогодний корпоратив в отеле SMOLINOPARK
Лучшие ведущие, вкусные банкетные блюда, красивая территория
загородного отеля. 15 лет мы создаем для Вас самые яркие и атмосферные
мероприятия. Пусть этот праздник будет самым незабываемым и ярким
событием уходящего года», распространяемую в СМИ «Деловой квартал-
Челябинск» № 9 ноябрь 2023 год, поскольку при её распространении
нарушены требования пунктов 1, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона «О
рекламе».
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской
Федерации о рекламе физическому лицу _____ не
выдавать.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу
Челябинского УФАС России, для решения вопроса о возбуждении дела об
административном правонарушении, предусмотренном [статьей 14.3](#) КоАП РФ,
в отношении физического лица _____.

Решение, предписание антимонопольного органа могут быть оспорены в суде
общей юрисдикции в течение трех месяцев со дня вынесения решения.