

РЕШЕНИЕ

№ 036/05/21-668/2021

«08» июля 2021 года

город Воронеж

(дата оглашения резолютивной части решения)

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

председатель Комиссии: А. В. Логошин – заместитель руководителя управления-начальник отдела;

члены Комиссии: С. А. Лисенко – государственный инспектор отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции, Н. Н. Михина – ведущий специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции, рассмотрев дело № 036/05/21-668/2021 по признакам нарушения обществом с ограниченной ответственностью «Бочка» (ОГРН 1143668034883) (далее – ООО «Бочка») требований пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального Закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – генерального директора ООО «Бочка» <...> (Протокол общего собрания учредителей ООО «Бочка» № 1 от 10.07.2019 года),

УСТАНОВИЛА:

17 июня 2021 года в рамках мониторинга объектов наружной рекламы, сотрудниками Воронежского УФАС России выявлен факт распространения следующей информации:

- «ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ!» (далее – рассматриваемая информация 1), размещенной с помощью конструктивного элемента (оконный проём) на лицевой стороне фасада слева от входной группы торгового помещения «БОЧКА», расположенного на первом этаже жилого дома № 34 на улице Северный микрорайон города Борисоглебска Воронежской области (далее – торговая точка «БОЧКА»);

- «ПОПРОБУЙ УНИКАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ частная пивоварня BierStadt розлив напрямую из танка! Яркий хмелевой аромат! Удобная крышка для розлива в бокалы! БОЙЛЕРНОЕ Хмельное Живое, свежее, вкусное... то самое Содержание алкоголя в 1 л – 45 мл. /.../ новый удобный формат 2 литра! Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью » (далее – рассматриваемая информация 2), размещенной на баннерах (плакатах) с помощью конструктивных элементов (оконные проёмы, входная группа) на лицевой стороне фасада торговой точки «БОЧКА»),

о чем государственным инспектором Воронежского УФАС России Н. М. Федирчуком составлен Акт осмотра объектов наружной рекламы с фотоприложениями.

Определением от 22 июня 2021 года № 036/05/21-668/2021 в отношении ООО «Бочка» возбуждено дело по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Дело назначено к рассмотрению на 10 часов 30 минут (мск) 08 июля 2021 года по адресу: г. Воронеж, пр-т Революции, д. 21, зал заседаний.

В ответ на Определение от 18 марта 2021 года № 036/05/21-236/2021 Воронежского УФАС России (исх. № 03-16/3926), генеральный директор ООО «Бочка» Медведев Евгений Александрович сообщил об отсутствии умысла нарушения законодательства РФ о рекламе (вх. № 01-10/440 от 30.06.2021 года).

08 июля 2021 года, ознакомившись с материалами дела, изучив объяснения, документы, предоставленные ООО «Бочка», Комиссия установила следующее.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «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.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «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.

Рассматриваемая информация №№ 1, 2 размещена с использованием рекламных плакатов (баннеров) на фасаде торговой точки «БОЧКА», обращена на улицу, доступна для всеобщего обозрения, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формированию и поддержанию интереса неопределенного круга лиц (далее – рассматриваемая реклама №№ 1, 2).

Частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» предусмотрено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального 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.

Различительным признаком недобросовестной рекламы является ее некорректность. К способам проявления данной формы ненадлежащей рекламы следует относить сравнения, содержание которых составляют ошибочные, основанные на неправильном расчете, исходящие из неверных предпосылок, неправильные, не соответствующие правилам корректности и требованиям, предъявляемым к достоверности, сведения о товарах.

Способы некорректного сравнения, к которым прибегают рекламодатели, достаточно разнообразны и зачастую не отвечают требованиям сопоставимости характеристик. В данном случае, сравнивается цена.

Системный анализ норм ФЗ «О рекламе» позволяет заключить, что допускается сравнительная реклама, носящая правдивый характер. Однако приведенное в рекламе сравнение должно быть корректным, правильным, основано на достоверных данных, а сравниваемые параметры должны быть сопоставимыми. Сравнение может носить характер позитивный (когда свой продукт так же хорош, как и чужой) и негативный (когда свой товар превозносится по сравнению с конкурирующим продуктом). Однако незыблемым условием соответствия такого сравнения закону должна быть истинность приводимых сведений о собственных товарах и о чужих товарах. Если сравнительная реклама способна вызвать неверные представления у потребителей по поводу предлагаемого товара, она будет рассматриваться как ненадлежащая. Необходимо, чтобы потребитель был правильно информирован и объективно имел право свободного (осознанного) выбора предлагаемых товаров и услуг.

Согласно пункту 9 Постановления Пленума ВАС РФ от 8 октября 2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Закона о рекламе» рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся, таким образом, необходимо учитывать, что при сравнении в рекламе собственных

товаров с товарами конкурентов не допускается сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

В соответствии с пунктом 29 указанного Постановления Пленума ВАС РФ, 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 "самый", "лучший", "первый", "номер один", "единственный", "уникальный" и т.п., должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

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 ФЗ «О рекламе»), если рекламодаделец не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства.

Как следует из содержания рассматриваемой рекламы № 1, ООО «Бочка» гарантирует лучшие цены реализуемую продукцию, утверждение «ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ!» в отношении товаров указывает на превосходство данных товаров над другими товарами, поскольку фраза «лучшие цены» подразумевает, что товары, реализуемые ООО «Бочка» лучше, чем однородные товары конкурентов, так как обладают более высокими достоинствами и преимуществами в отношении их стоимости. То есть сравнение происходит по критерию «цена», однако реклама не содержит никаких подтверждений данного утверждения.

В данном случае информация о конкретной услуге (предложение приобретения товаров по лучшим ценам) является существенной, так как может повлиять на намерение потребителей воспользоваться предложением приобретения товаров магазина разливных напитков «Бочка» по цене на товары лучшей, чем предлагают другие хозяйствующие субъекты в данной сфере услуг.

Предположительно, рассматриваемая реклама о «лучших ценах» основана на собственной субъективной оценке и может привести к общему, вводящему в заблуждение негативному впечатлению в отношении услуг других компаний. Так, например, потребители, основываясь исключительно на размещенной рекламной информации, могут выбрать товары магазина разливных напитков «Бочка» только потому, что присутствует фраза «ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ!».

Учитывая изложенное, рассматриваемая реклама № 1 содержит признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» и может являться недобросовестной.

В соответствии с пунктом 7 статьи 2 Федерального Закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» пиво входит в перечень алкогольной продукции с содержанием этилового спирта более 0,5 процентов объема готовой продукции.

Согласно пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием рекламных конструкций (технических средств стабильного территориального размещения), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах

зданий, строений, сооружений или вне их, следовательно, рассматриваемая реклама № 2 имеет признаки нарушения указанной нормы, что не допускается.

Объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе является, в том числе реализуемое на торговой точке «БОЧКА» пиво «Бойлерное хмельное» (содержание этилового спирта 4,5 %).

Таким образом, рассматриваемая реклама № 2 содержащая в качестве объекта рекламирования алкогольную продукцию – пиво «Бойлерное хмельное» (содержание этилового спирта 4,5 %), содержит признаки нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное лицо определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе», рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 и пунктом 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе», рекламораспространитель несёт ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Установлено, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО «Бочка», так как оно осуществляет деятельность на торговой точке «БОЧКА».

Таким образом, действия ООО «Бочка» связанные с распространением рассматриваемой рекламы №№ 1, 2 содержат признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Согласно п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Ненадлежащая реклама не допускается.

Комиссия находит основания для выдачи ООО «Бочка» предписания о прекращении нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе», в том числе в целях пресечения противоправного поведения в дальнейшем.

Руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 - 47 «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24 ноября 2020 года № 1922, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания:

- «ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ!», размещенную с помощью конструктивного элемента (оконного проёма) на лицевой стороне фасада слева от входной группы торгового помещения «БОЧКА», расположенного на первом этаже жилого дома № 34 на улице Северный микрорайон города Борисоглебска Воронежской области (далее – торговая точка «БОЧКА»), поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» (далее – ненадлежащая реклама № 1);

- «ПОПРОБУЙ УНИКАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ частная пивоварня BierStadt розлив напрямую из танка! Яркий хмелевой аромат! Удобная крышка для розлива в бокалы! БОЙЛЕРНОЕ Хмельное Живое, свежее, вкусное... то самое Содержание алкоголя в

1 л – 45 мл. /.../ новый удобный формат 2 литра! Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью », размещенную на баннерах (плакатах) с помощью конструктивных элементов (оконные проёмы, входная группа) на лицевой стороне фасада торговой точки «БОЧКА»), поскольку в ней нарушены требования пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» (далее – ненадлежащая реклама № 2).

2. Выдать ООО «Бочка» предписание о прекращении нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» путем прекращения распространения ненадлежащей рекламы № 1, либо путем указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

3. Выдать ООО «Бочка» предписание о прекращении нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» путем прекращения распространения ненадлежащей рекламы № 2.

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

Решение изготовлено в полном объеме 08 июля 2021 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 АПК РФ.

Председатель Комиссии:

Члены Комиссии:

А. В. Логошин

С. А. Лисенко

Н. Н. Михина