

РЕШЕНИЕ

по делу № 027/05/21-443/2024

16 апреля 2024 года
Хабаровск

г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

руководитель управления.

Члены Комиссии:

начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

главный специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 027/05/21-443/2024, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения – ООО «Успех» рекламы, нарушающей требования пункта 1 части статьи 5, пункта 7 части 2, части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

в отсутствие законного представителя ООО «Успех», надлежащим образом извещенного о дате, месте и времени рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления наблюдения за распространением видеорекламы, размещенной на центральном мультимедийном табло основной ледовой площадки спортивно-зрелищного комплекса «Платинум Арена» (г. Хабаровск, ул. Дикопольцева, 12), отслежена следующая реклама:

Звуковая информация: «Кафе «Макарон» ждёт вас на вкуснейшие завтраки с восьми утра и уютные вечера. **Здесь самые вкусные пирожные «Макарон» в городе.** Предъяви билет с матча и получи бесплатно пасту «Карбонару» при заказе от тысячи рублей».

Визуальная информация: «Внешний вид кафе «MACARON», внутренний вид кафе: зал, барная стойка с **винами и крепкими алкогольными напитками**, неоновая надпись на стене «**Еда Вино и Всё равно**», пирожные «Макарон» и другие блюда, акция – покажи билет – получи Карбонару».

Визуальная информация сопровождается показом барной стойки, на которой расположены **алкогольные напитки**, в том числе: **виски Auchentoshan American Oak Шотландия (крепость 40%), вино красное сухое G7 Cabernet Sauvignon Чили (крепость 13,5%), вино красное сухое Rutini Trumpeter Malbec Аргентина (крепость 13%), вино красное сухое El Paro Carmenere Чили (крепость 13%), вино красное сухое Quiet Life Shiraz Австралия (крепость 13,5%), вино красное сухое South Point Pinotage ЮАР (крепость 13,5%).**

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – 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 Закона о рекламе 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.

В порядке части 4 статьи 2 ФЗ «О рекламе» **специальные требования и ограничения**, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, **распространяются также на рекламу** средств индивидуализации таких товаров, **их изготовителей или продавцов**, за исключением

случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом специальные требования и ограничения.

В соответствии с пунктом 16 Информационного письма ВАС от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Вышеуказанная реклама адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания и поддержания интереса именно к кафе «MACARON», к блюдам и продуктам питания, изготавливаемым и реализуемым в нем, и напиткам, которые продаются в кафе, в том числе алкогольным.

Визуальный ряд рекламы построен таким образом (барная стойка с алкогольной продукцией, неоновая надпись на стене «Еда Вино и Всё равно»), что привлекает внимание не только к приготавливаемым в кафе блюдам, но и к разнообразию алкогольных напитков, реализуемых в нем.

В соответствии с требованиями пункта 7 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в физкультурно – оздоровительных, спортивных сооружениях и на расстоянии ближе чем сто метров от таких сооружений.

Согласно части 2.1. ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов. Реклама вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда разрешается на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания.

Определением от 25 марта 2024 года в отношении ООО «Успех» возбуждено дело № 027/05/21-443/2024 по факту распространения

рекламы кафе «MACARON» с нарушением требований пункта 7 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

На основании части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 7 части 2, части 2.1 статьи 21 закона несет рекламодатель, каковым ООО «Успех» не является.

Ответственность рекламодателя за нарушение требований пункта 7 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» не предусмотрена.

Руководствуясь подпунктом «а» пункта 40 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации № 1922 от 24 ноября 2020 года, в части нарушений требований пункта 7 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» дело № 027/05/21-443/2024, возбужденное в отношении ООО «Успех», подлежит прекращению.

Согласно части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с требованиями пункта 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 изготовителями или реализуются другими продавцами.

Содержащаяся в рекламе фраза: «Здесь самые вкусные пирожные «Макарон» в городе» содержит слово «самые», которое в соединении с прилагательным «вкусные» образует превосходную степень («Толковый словарь С.И. Ожегова», «Толковый словарь Д.Н. Ушакова»). Фраза «Здесь самые вкусные пирожные «Макарон» в городе» воспринимается буквально, при этом форма выражения рекламной информации исключает двусмысленность ее восприятия.

Использованная в рассматриваемой рекламе фраза «Здесь самые вкусные пирожные «Макарон» в городе», в нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», направлена на выделение рекламируемого кафе, реализующего пирожные «Макарон» среди других таких кафе, магазинов. Данная фраза подчеркивает

превосходство кафе «MACARON», выгодно отличающее его от других. При этом использование слова «самые» в рекламе сообщает именно о преимуществах рекламируемого кафе и реализуемых им товаров.

ФЗ «О рекламе» не содержит прямого запрета на использование в рекламе терминов в превосходной степени, однако устанавливает требование о достоверности распространяемой рекламы, ориентирует на необходимость обеспечить ее соответствие реальной действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, а также предусматривает ответственность за распространение недостоверной рекламы.

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» при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего.

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).

Таким образом, для утверждения о рекламируемом продавце, имеющем статус «самые вкусные пирожные в городе» перед другими продавцами необходимо наличие оснований, позволяющих судить о таком превосходстве, с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное

подтверждение.

Рассматриваемая реклама не содержит объективно подтвержденного критерия, по которому осуществляется сравнение и сделан вывод о том, что в кафе «MACARON» реализуется «самые вкусные пирожные «Макарон» в городе», то есть является недостоверной на основании пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

На основании части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 закона несет рекламодатель.

Согласно информации, предоставленной Ассоциацией «Хоккейный клуб «Амур» (вх. № 4517-ЭП/24 от 21.03.2024), рекламодателем вышеназванной рекламы, лицом, в чьих интересах распространяется реклама, является ООО «Успех» (ИНН 2721252505, место нахождения: 680000 г. Хабаровск, ул. Шеронова, д. 121, кв. 44), в соответствии с договорами возмездного оказания услуг № 04-23/к от 01.02.2024, № 05-23/к от 01.03.2024, № 06-23/к от 11.03.2024.

Срок распространения рекламы – 14.02.2024, 18.02.2024, 05.03.2024, 07.03.2024, 11.03.2024.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу кафе «Макарон» следующего содержания:

*Звуковая информация: «Кафе «Макарон» ждёт вас на вкуснейшие завтраки с восьми утра и уютные вечера. **Здесь самые вкусные пирожные «Макарон» в городе.** Предъяви билет с матча и получи*

бесплатно пасту «Карбонару» при заказе от тысячи рублей».

Визуальная информация: «Внешний вид кафе «MACARON», внутренний вид кафе: зал, барная стойка с винами и крепкими алкогольными напитками, неоновая надпись на стене «Еда Вино и Всё равно», пирожные «Макарон» и другие блюда, акция – покажи билет – получи Карбонару».

Визуальная информация сопровождается показом барной стойки, на которой расположены алкогольные напитки, в том числе: виски Auchentoshan American Oak Шотландия (крепость 40%), вино красное сухое G7 Cabernet Sauvignon Чили (крепость 13,5%), вино красное сухое Rutini Trumpeter Malbec Аргентина (крепость 13%), вино красное сухое El Paro Carmenere Чили (крепость 13%), вино красное сухое Quiet Life Shiraz Австралия (крепость 13,5%), вино красное сухое South Point Pinotage ЮАР (крепость 13,5%), размещенную на центральном мультимедийном табло основной ледовой площадки спортивно-зрелищного комплекса «Платинум Арена» (г. Хабаровск, ул. Дикопольцева, 12) поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства ООО «Успех» не выдавать в связи с окончанием срока распространения рекламы.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 17 апреля 2024 года.

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