



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ
О НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА №066/05/5-82/2021 К РАССМОТРЕНИЮ

15 января 2021 г.

г. Екатеринбург

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> (заместитель руководителя Управления), рассмотрев заявление физического лица (вх.№01-32823 от 10.12.2020) о распространении 08.12.2020 в г. Екатеринбурге на торговом павильоне «Чебурашек», расположенном через дорогу от ТЦ «Дирижабль» по ул. Шварца, 17, рекламы, содержащей фразу «Самые вкусные чебуреки», с признаками нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило заявление физического лица (вх.№01-32823 от 10.12.2020) о распространении 08.12.2020 в г. Екатеринбурге на торговом павильоне «Чебурашек», расположенном через дорогу от ТЦ «Дирижабль» по ул. Шварца, 17, рекламы, содержащей фразу «Самые вкусные чебуреки», что, по мнению заявителя, вводит потребителей в заблуждение, нарушает требования п.1 ч.3 ст.5 Закон о рекламе, поскольку в рекламе отсутствуют объективные подтверждения того, что в закусочной «Чебурашек» самые вкусные чебуреки.

14.12.2020 Свердловским УФАС России составлен Акт о распространении спорной информации на торговом павильоне «Чебурашек»:

Фото №1:



Фото №2:



Под информацией в ст. 2 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее - Закон об информации) понимаются сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления (п.1), а под распространением информации - действия, направленные на получение информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц (п. 9).

Законодательством Российской Федерации согласно ч. 4 ст. 5 Закона об информации могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя. При этом под **рекламой** в ст. 3 Закона о рекламе 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 (п. 1); под **объектом 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 (п.2); под **товаром** – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3).

Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (п. 1.ст. 3 Закона о рекламе).

В Письме ФАС России от 16.03.2012 №ИА/7867 «О рекламе на дорожных знаках» разъяснено, что к рекламной информации, направленной на формирование и поддержание интереса к определенному лицу и его продвижение на рынке относится указание следующей информации о лице:

- наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя или название торгового предприятия данного лица (независимо от указания вида деятельности), выполненное с использованием товарных знаков, логотипов или иных индивидуализирующих данное лицо обозначений, цветов,
- контактная информация о лице (почтовый адрес, телефон, адрес сайта, электронной почты и т.п.),
- характеристика, описание лица, его деятельности,
- информация о производимых или реализуемых товарах.

В рассматриваемой информации, распространенной способом наклейки на входных дверях киоска, воспринимаемой в совокупности с информацией на вывеске, сообщены наименование хозяйствующего субъекта («Чебурашек») и сведения о реализуемых им товарах (чебуреки), следовательно, данная информация является рекламой, на которую распространяются требования Закона о рекламе.

При этом, в рекламе содержится фраза «Самые вкусные чебуреки!».

Согласно п.1 ч.3 ст.5 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.

В п.29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъяснено, что 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).

ФАС России в Письме от 30.09.2011 № АК/37027 «О рекламе оккультных услуг и недобросовестной рекламе» разъяснила, что 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 (Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»).

Подобные утверждения должны сопровождаться ссылкой на результат соответствующих исследований и источник данных.

«Самый» - при прилагательном образует его превосходную степень (С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова, Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений, М, 1997, стр.696).

Фраза «Самые вкусные чебуреки» содержит сравнительную характеристику товара (чебуреков) по критерию вкусовых качеств, при этом, ссылка на результат соответствующих исследований и источник данных, подтверждающих, что у продавца, реализующего товар в киоске «Чебурашек», чебуреки вкуснее, чем у конкурентов, то есть, объективное подтверждение данного утверждения, в спорной рекламе отсутствует.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч.ч.2-8 ст. 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель (ч.6 ст.38 Закона о рекламе).

Заявитель указала, что деятельность в данном киоске осуществляет ИП <...>, ИНН: 666304859311.

Межрайонная ИФНС России №32 по Свердловской области на запрос Управления представила выписку из ЕГРИП в отношении <...> (вх.№01-09дсп от 13.01.2021).

На запрос Управления (исх.№26960 от 17.12.2020) Администрация города Екатеринбурга сообщила (вх.№01-521 от 14.01.2021), что павильон по адресу: город Екатеринбург, ул. Академика Шварца, д. 18/1 (в запросе указан адрес: «ул. Академика Шварца, д. 17») размещен в соответствии со схемой размещения нестационарных торговых объектов на территории муниципального образования «город Екатеринбург», утвержденной Постановлением Администрации города Екатеринбурга от 19.12.2018 № 3092 (пункт 49 приложения № 7).

Между Администрацией Чкаловского района города Екатеринбурга и ООО «Гостиный двор» заключен договор от 01.05.2020 №41-2020/4, предусматривающий размещение нестационарного торгового объекта в месте, определенном схемой размещения.

Информация об индивидуальном предпринимателе <...> в Администрации города Екатеринбурга отсутствует.

Между тем, как видно на фото №2 по адресу город Екатеринбург, ул. Академика Шварца, д. 18/1 расположено несколько киосков: «Цветы», «Чебурашка», «Овощи, фрукты, орехи,

сухофрукты», «Элика», «Русский фейерверк».

Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п.5 ст. 3 Закона о рекламе).

Предполагаемым рекламодателем является владелец киоска «Чебурашек» ИП <...> ОГРНИП: 320665800120662, ИНН: 666304859311, дата присвоения ОГРНИП: 01.09.2020.

На основании изложенного, усматриваются признаки нарушения п.1 ч.3 ст.5 Закона о рекламе, выразившиеся в распространении с 08.12.2020 в г. Екатеринбурге на торговом павильоне «Чебурашек», расположенном через дорогу от ТЦ «Дирижабль» (ул. Шварца, 17), рекламы товара (чебуреки), содержащей фразу «Самые вкусные чебуреки», которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые реализуются другими продавцами.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу №066/05/5-82/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявитель: физическое лицо;

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства: ИП <...> (ОГРНИП: 320665800120662, ИНН: 666304859311, дата присвоения ОГРНИП: 01.09.2020, <...>).

3. Привлечь к участию в деле в качестве лица, располагающего сведениями о рассматриваемых в ходе дела обстоятельствах, Администрацию Чкаловского района г. Екатеринбурга (620130, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, д. 177, ИНН: 6664017556).

4. Назначить дело к рассмотрению на **09 февраля 2021 г. в 14 час. 00 мин.** по адресу: г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, 3 этаж, зал заседания комиссии (каб. 314) путем проведения видеоконференцсвязи через систему TrueConf, для участия в которой в указанное время необходимо перейти по ссылке <https://fas2.tconf.rt.ru/c/8021884517>

5. ИП <...> на основании ст.34 Закона о рекламе представить в Свердловское УФАС России в срок **до 04 февраля 2021 г.** следующие документы и сведения:

1) копию паспорта (разворот страниц с фотографией и пропиской);

2) копию свидетельства о регистрации в качестве индивидуального предпринимателя;

3) копию договора на размещение нестационарного торгового объекта - киоска «Чебурашек» (со всеми имеющимися приложениями);

4) сведения о лице, определившем содержание указанной рекламы;

5) копию утвержденного макета рекламы;

6) сведения о периоде распространения рекламы, указанной в Определении (с приложением подтверждающих документов);

7) письменное объяснение по факту распространения рекламы с признаками нарушения рекламного законодательства.

6. Администрации Чкаловского района г. Екатеринбурга на основании ст.34 Закона о рекламе представить в Свердловское УФАС России в срок **до 04 февраля 2021 г.** следующие документы и сведения:

1) информацию о том, на размещение какого именно нестационарного торгового объекта из зафиксированных на фото №2, заключен договор от 01.05.2020 №41-2020/4 с ООО «Гостинный двор»;

2) сведения о том, включен ли именно нестационарный торговый объект киоск «Чебурашек» в Схему размещения нестационарных торговых объектов на территории муниципального образования «город Екатеринбург» (с изм., утв. Постановлением Администрации г. Екатеринбурга

от 19.08.2020 №1596, далее - Схема), в случае отрицательного ответа, сведения о принятых мерах (с приложением копий подтверждающих документов).

Явка лиц, участвующих в деле, а также располагающих сведениями о рассматриваемых в ходе дела обстоятельствах, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

*Непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных **законодательством** о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей (ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях).*

Управление рекомендует представить расписку о выборе формы получения процессуальных документов путем их направления по адресу электронной почты, указанной в расписке, с подтверждением того, что такой способ получения процессуальных документов будет являться надлежащим уведомлением (расписка должна быть заполнена физическим, должностным лицом лично либо законным представителем юридического лица с приложением надлежащим образом заверенной копии документа, подтверждающего полномочия).

Председатель Комиссии

<...>