РЕШЕНИЕ

«24» июня 2019 г.

г. Горно-Алтайск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе,

11 июня 2019г. рассмотрев дело №004/05/5-109/2019 от 15.05.2019г., возбужденное в отношении ИП <…> по факту распространения в г. Горно-Алтайске на визитных карточках ИП <…> рекламы с признаками нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – ИП <…> (по доверенности от 01.01.2019г.)

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай в ходе государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе 19.04.2019г. установлен факт распространения в г. Горно-Алтайске на визитных карточках ИП <…> (магазин «АВТОритет») рекламы следующего содержания: **«Аккумуляторы. Самые низкие цены. Магазин АВТОритет – г. Горно-Алтайск, ул. Чорос-Гуркина, 33А»** с признаками нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», рекламой признается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Распространяемая вышеуказанным способом информация:

«Аккумуляторы. Самые низкие цены. Магазин АВТОритет – г. Горно-Алтайск, ул. Чорос-Гуркина, 33А» является рекламой, так как она публична, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания и формирование интереса к объекту рекламирования – аккумуляторам, реализуемым в магазине «АВТОритет», что способствует их продвижению на рынке.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Пунктом 1 части 3 статьи 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.

Рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся.

В данной рекламе отсутствует подтверждение того, что в магазине «АВТОритет» - «самые низкие цены». Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной.

Размещение данной рекламы преследует цель привлечения внимания потребителей к конкретному объекту рекламирования - к товарам (аккумуляторы и т.д.), которые реализует магазин «АВТОритет», с указанием в содержании сведений о преимуществе магазина «АВТОритет» - «самые низкие цены», являющихся характеристикой в превосходной степени.

В тексте вышеуказанной рекламы содержится некорректное сравнение рекламируемых товаров («самые низкие цены»), что подразумевает то, что в других магазинах, реализующих аналогичный товар, не самые низкие цены.

В содержании рекламы использована сравнительная характеристика объекта рекламирования с иными товарами (услугами), путем

употребления слова «самые», без наличия документального подтверждения достоверности указанного сравнения в части превосходства цен на реализуемые товары над ценами конкурентов в период распространения рекламы.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе», информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителей верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами 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 продавцами.

11.06.2019г. на заседании Комиссии УФАС по РА представитель ИП <…> пояснил, что производство вышеуказанных визитных карточек осуществлялось на собственном непрофессиональном оборудовании И П <…>. Информация: «Аккумуляторы. Самые низкие цены. Магазин АВТОритет – г. Горно-Алтайск, ул. Чорос-Гуркина, 33А», указанная на визитных карточках, не является рекламой, поскольку адресована определенному кругу лиц. Визитные карточки выдавались только по просьбе людей, посетивших магазин «АВТОритет», для сохранения у них контактных данных магазина. Основное назначение визитных карточек, в отличие от других средств распространения рекламы, – предоставить контактные данные конкретному человеку, которому они необходимы, поэтому, словосочетание «адресованная неопределенному кругу лиц», являющееся одним из критериев отнесения информации к рекламе, не применимо в отношении визитных карточек. В связи с чем, употребление в информации, содержащейся на визитной карточке, слова «самые» не может быть отнесено к недостоверной рекламе на основании того, что визитная карточка не выполняет одного из обязательных условий, вытекающих из понятия рекламы, а именно, адресованность неопределенному кругу лиц. При этом, доказательства достоверности использованного в рекламе критерия «самые низкие цены», по которому осуществляется сравнение рекламируемого товара, представителем ИП <…> не представлены.

Комиссия УФАС по РА считает доводы представителя ИП <…> необоснованными на основании следующего.

В соответствии с письмом ФАС России от 20.06.2018 № АД/45557/18 «Об оценке неопределенного круга лиц в рекламе» 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.

Под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение объекта рекламирования, в том числе если она направляется по конкретному адресному списку.

При этом реклама может иметь целевую аудиторию, к которой относятся некие лица, для которых в первую очередь предназначена такая информация. Однако направленность рекламы на неопределенный круг лиц оценивается исходя из выбранного способа и средства распространения рекламы, а также содержания самой рекламной информации. Если рекламная информация представляет интерес и доступна также и иным лицам, не только входящим в ее целевую аудиторию, то направленность такой рекламы выходит за пределы целевой аудитории и относится к неопределенному кругу лиц.

Если информация отвечает признакам рекламы и имея некую целевую аудиторию (например, клиенты компании, зрители телеканала, прохожие определенной территории), формирует интерес у неопределенного круга лиц, соответственно, выходит за пределы своей целевой аудитории, такая информация является рекламой и подпадает под регулирование Закона о рекламе.

Кроме того, при производстве и распространении вышеуказанных визитных карточек ИП <…> не мог заранее определить круг лиц, которым будут выданы данные визитные карточки, а также исключить передачу визитных карточек (либо содержащейся в них информации) между лицами за пределами магазина, а значит, информация, содержащаяся на визитных карточках, изначально была адресована неопределенному кругу лиц.

Таким образом, в действиях ИП <…> по распространению вышеуказанной рекламы содержатся признаки нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», т.к. в данной рекламе содержится некорректное сравнение рекламируемых товаров («самые низкие цены») и данная реклама не сопровождается документальным подтверждением достоверности сравнения в части превосходства цен на реализуемые

товары над ценами в магазинах конкурентов в период распространения рекламы.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства о рекламе, признается ненадлежащей. Ненадлежащая реклама не допускается.

Комиссия УФАС по РА приходит к выводу, что рассматриваемая реклама является ненадлежащей, так как не соответствует требованиям пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2, пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

При таких обстоятельствах, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <…>.

При решении вопроса о возможности выдачи предписания, Комиссия УФАС по РА руководствовалась тем фактом, что ИП <…> на момент заседания Комиссии УФАС по РА доказательства устранения нарушения не представлены.

Руководствуясь частью 1 статьи 36, пунктом 1 части 2 статьи 33 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: «**Аккумуляторы. Самые низкие цены. Магазин АВТОритет – г. Горно-Алтайск, ул. Чорос-Гуркина, 33А**» в связи с нарушением требований пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, а именно: содержание в рекламе некорректного сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами и указание на не соответствующие

действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

2. В целях прекращения нарушения рекламного законодательства выдать ИП <…> предписание об устранении нарушения закона о рекламе путем прекращения распространения ненадлежащей рекламы: «Аккумуляторы. Самые низкие цены. Магазин АВТОритет – г. Горно-Алтайск, ул. Чорос-Гуркина, 33А», распространяемой на визитных карточках ИП <…> (магазин «АВТОритет») или внесения изменений в текст рекламы, исключающих нарушение пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу УФАС по РА для возбуждения административного производства, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ в отношении лица, виновного в нарушении рекламного законодательства.

В соответствии с частью 1 статьи 37 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» настоящее решение может быть обжаловано в судебном порядке в течение трех месяцев со дня его вынесения.