

РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/5-372/2024

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«25» июня 2024 года г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «24» июня
2024 года Полный текст решения изготовлен: «25» июня
2024 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя-начальник
отдела контроля закупок и антимонопольного контроля органов
власти <...> ,

член Комиссии – ведущий специалист-эксперт отдела
аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...> ,

член Комиссии – ведущий специалист-эксперт отдела
аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...> ,

рассмотрев дело № 012/05/5-372/2024, возбужденное по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, части 9 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) в отношении ИП Б. по факту распространения рекламы «Ценопад. Одежда и обувь для всей семьи по самым низким ценам», в отсутствие индивидуального предпринимателя, надлежащим образом уведомленного о дате, времени, месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

Дело о нарушении законодательства о рекламе возбуждено в

отношении ИП Б. (ИНН: <...>, ОГРНИП: <...>)

по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, части 9 статьи 19 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы по адресу: Республика Марий Эл, г. Волжск, ул. Ленина, д. 56/2, следующего содержания:

Основанием для возбуждения дела явился осмотр 11 апреля 2024 года рекламы сотрудниками Марийского УФАС России.

Определением от 27.05.2024 возбуждено дело № 012/05/5-372/2024 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, части 9 статьи 19 Закона о рекламе. Указанное определение направлено по адресу места регистрации ИП Б. (вручено адресату 31.05.2024).

Таким образом, на момент рассмотрения дела ИП Б. надлежащим образом уведомлен о дате, времени, месте рассмотрения дела.

Комиссия Марийского УФАС России, исследовав материалы дела, пришла к выводу о нарушении законодательства о рекламе при размещении рассматриваемой рекламы ввиду следующего.

В соответствии со статьей 3 Закона 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.

По смыслу статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной.

При этом 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 (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Пунктом 29 Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, 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.

Действующее законодательство в регулируемой сфере правоотношений исходит из того, что достоверность распространяемой рекламы с использованием утверждений в превосходной степени должна соответствовать реальной действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В рекламе не допускается использование информации не соответствующей действительности и аналогичных сведений о преимуществах рекламируемого товара.

В рассматриваемой рекламе присутствует информация сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени «Одежда и обувь для всей семьи по самым низким ценам» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение.

Таким образом, при оценке текста размещенной рекламы действующему законодательству Марийское УФАС России приходит к выводу о том, что в спорной рекламе приводятся не обладающие достоверностью сведения о превосходстве (преимуществе) объекта рекламирования над такими же товарами иных хозяйствующих субъектов, что может вызвать неверные представления у потребителей относительно объекта рекламирования и негативно повлиять на выбор товаров того или иного производителя или продавца товара.

На основании изложенного, рассматриваемая реклама нарушает требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Частью 1 статьи 19 Закона о рекламе установлено, что распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее – рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламодателем, с соблюдением требований настоящей статьи. Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) – собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

В соответствии с частью 9 статьи 19 Закона о рекламе установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее также – разрешение), выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в частях 5, 6, 7 статьи 19 Закона о рекламе законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района, органом местного самоуправления муниципального округа или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Указанное заявление подается заявителем в письменной форме или в форме электронного документа с использованием федеральной государственной информационной системы «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)» (далее – единый портал государственных и муниципальных услуг) и (или) региональных порталов государственных и муниципальных услуг в орган местного самоуправления муниципального района, орган местного самоуправления муниципального округа или орган местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию

рекламной конструкции.

Администрацией городского округа «Город Волжск» разрешение на установку и эксплуатацию рассматриваемой рекламной конструкции, размещенной по адресу: Республика Марий Эл, г. Волжск, ул. Ленина, д. 56/2, не представлено.

На основании изложенного, рассматриваемая реклама нарушает требования части 9 статьи 19 Закона о рекламе.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламоателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодаатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В силу части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодаатель.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 9 статьи 19 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

Марийским УФАС России установлено, что деятельность в магазине «Ценопад» расположенного по адресу: Республика Марий Эл, г. Волжск, ул. Ленина, д. 56/2, осуществляет ИП Б., являющийся рекламоателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламоателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Письмом от 14.05.2024 вх. № 3436-ЭП/24 администрация городского округа «Город Волжск» указала, что реклама «Ценопад. Одежда и обувь для всей семьи по самым низким ценам» по адресу: Республика Марий Эл, г. Волжск, ул. Ленина, д. 56/2 демонтирована.

В связи с прекращением распространения рассматриваемой рекламы, Комиссия не находит оснований для выдачи ИП Б. предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь частью 1 статьи 36 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 рекламу «Ценопад. Одежда и обувь для всей семьи по самым низким ценам», размещенную по адресу: Республика Марий Эл, г. Волжск, ул. Ленина, д. 56/2, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5, части 9 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».
2. Передать материалы дела для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении по статьям 14.3 и 14.38 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>