

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 74-ФАС22-Р/06-15  
г.Барнаул

Резолютивная часть решения объявлена 23 июля 2015г.  
Решение изготовлено в полном объеме 23 июля 2015г.

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии

<...>

рассмотрев дело №74-ФАС22-Р/06-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное по заявлению жителя г.Бийска о размещении на сайте [www.delovoibiyisk.ru](http://www.delovoibiyisk.ru) рекламы, в которой содержатся не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара, некорректное сравнение рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами,

в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – рекламодателя ИП Саламатова <...>,

в отсутствие заинтересованных лиц – ООО «Издательский дом «Бийская пресса», ООО «Экспресс-медиа», ООО «Бийский рабочий»;

в отсутствие заявителя,

УСТАНОВИЛА:

в соответствии с п.30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508, рассмотрение дела в отсутствие сторон возможно лишь в случаях, если имеются данные об их своевременном извещении о месте и времени рассмотрения дела и если от них не поступило мотивированное ходатайство об отложении рассмотрения дела или указанное ходатайство не удовлетворено антимонопольным органом.

ИП Саламатов своевременно и надлежащим образом извещен о времени и месте рассмотрения дела (в материалах дела имеется уведомление о вручении почтового отправления от 16.07.2015г.), как и другие участники дела.

От заинтересованного лица - директора ООО «Издательский дом «Бийская пресса» С<...> поступило ходатайство (вхд. №158985 от 21.07.15г.) о рассмотрении дела №74-ФАС22-Р/06-15 без их участия.

В управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю от жителя г.Бийска (вхд. №154978 от 29.04.2015г.) поступило заявление о размещении на сайте [www.delovoibiyisk.ru](http://www.delovoibiyisk.ru) недостоверной рекламы о тиражах и популярности периодических печатных изданий «Деловой Бийск», «Товары и услуги в Бийске и Республике Алтай», «Телесемь. Бийск», «Постскриптум» с использованием выражений в превосходной степени «Самые популярные газеты Бийска», «Самые большие тиражи в Бийске Каждую неделю 13 000 экземпляров «Делового Бийска»..., 50 000 экземпляров «Товаров и услуг» Что является одним из самых больших тиражей в Бийске, 12 000 экземпляров «Телесемь»..., 10 000 экземпляров «Постскриптума»..., «...Более 250 лучших магазинов Бийска...», «Самый посещаемый бийский сайт», «...самыми лучшими торговыми сетями города...». По мнению заявителя, ООО «Издательский дом «Бийская пресса» распространяет

недостоверную рекламу, в которой усматриваются признаки нарушения п.1 ч.2 ст.5, п.1 ч.3 ст.5, п.14 ч.3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Комиссия, изучив материалы дела и исследовав доказательства по делу, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

Согласно статье 3 Федерального закона «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, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятия, на привлечение внимания к которым направлена реклама. Товаром считается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот. Информация, размещенная на сайте [www.delovoibysk.ru](http://www.delovoibysk.ru) в разделе «Отдел рекламы», полностью соответствует легальному определению понятия «реклама», направлена на привлечение внимания посетителей сайта к печатным изданиям «Деловой Бийск», «Товары и услуги в Бийске и Республике Алтай», «Телесемь. Бийск», «Постскриптум», способствует формированию и поддержанию интереса у потребителей и рекламодателей к указанным изданиям и оказываемым услугам по размещению рекламы.

В соответствии с п.1 ч.2 ст.5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, произведенными другими изготовителями или реализуемыми другими продавцами.

Действующее законодательство не содержит понятия «некорректное сравнение».

Вместе с тем к некорректному следует отнести любое нетактичное сравнение, когда без видимых оснований высказываются предположения, что рекламируемый товар (услуга) обладает определенными превосходными свойствами, тем самым формируя у потенциальных потребителей рекламы данное утверждение.

Приведенные нормы не указывают на то, что сравнение, демонстрирующее преимущество объекта рекламирования, должно быть выражено в отношении другого определенного товара, таким образом, данные положения применяются к случаям, когда в рекламе используется сравнение со всеми иными аналогичными товарами без упоминания конкретного наименования производителя или продавца.

Из формы подачи и смысла размещенной на сайте [www.delovoibysk.ru](http://www.delovoibysk.ru) в разделе «Отдел рекламы» рекламной информации, реклама представляет собой некорректное сравнение печатных СМИ «Деловой Бийск», «Товары и услуги в Бийске и Республике Алтай», «Телесемь. Бийск», «Постскриптум» с иными печатными изданиями города Бийска, указывает на преимущество печатных СМИ «Деловой Бийск», «Товары и услуги в Бийске и Республике Алтай», «Телесемь. Бийск», «Постскриптум» перед иными печатными СМИ, поскольку подразумевает, что рекламируемый объект является лучшим из числа однородных, обладая достоинствами и преимуществами перед последними.

Таким образом, некорректность сравнения рекламируемых печатных СМИ «Деловой Бийск», «Товары и услуги в Бийске и Республике Алтай», «Телесемь. Бийск», «Постскриптум» в рассматриваемом случае выражается в том, что после прочтения текста рекламы формируется общая оценка превосходства печатных СМИ «Деловой Бийск», «Товары и услуги в Бийске и Республике Алтай», «Телесемь. Бийск», «Постскриптум» перед иными аналогичными печатными СМИ города

Бийска.

В соответствии с п.1 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, произведенными другими изготовителями или реализуемыми другими продавцами.

В соответствии с п.14 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об объеме производства или продажи рекламируемого или иного товара.

Под преимуществом следует понимать превосходство в количестве и (или) качестве рекламируемого товара или оказываемой услуги по каким-либо характеристикам над количеством и качеством аналогичного товара или услуги иного (иных) производителей. Наличие таких количеств и качеств, как правило, обеспечивает предпочтение к товару (услуге) потребителей.

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.

Рекламные тексты «Самые популярные газеты Бийска», «Самые большие тиражи в Бийске», «...Более 250 лучших магазинов Бийска...», «Самый посещаемый бийский сайт», «...самыми лучшими торговыми сетями города...» содержат индивидуально определенный признак товара (услуги), производимого (реализуемого) рекламодателем, а именно признак, указывающий на осуществление деятельности по изданию печатных СМИ и продаже рекламных площадей в указанных изданиях.

Для приобретения какой-либо организацией (хозяйствующим субъектом) статуса «самые популярные...», «самые большие...», «...Более 250 лучших...», «самый посещаемый...», «самыми лучшими...» в какой-либо сфере деятельности необходимо наличие оснований, позволяющих судить о таком положении организации.

На запросы антимонопольного органа ООО «Издательский дом «Бийская пресса», ИП Саламатов, ИП Зарецкий, ООО «Редакция газеты «Постскриптум», не представлены документы и материалы, подтверждающие обоснованность приведенного в рекламе сравнения и подтверждающие достоверность статуса печатных СМИ как «самые популярные...», «самые большие тиражи...», «Эффективная система распространения Более 250 лучших...», а в отношении сайта [www.delovoibysk.ru](http://www.delovoibysk.ru) «самый посещаемый...».

Таким образом, использование в рекламе выражений «самые популярные...», «самые большие тиражи...», «...лучших магазинов...», указывают на не соответствующее действительности преимущество печатных изданий «Деловой Бийск», «Товары и услуги в Бийске и Республике Алтай», «Телесемь. Бийск», «Постскриптум» над аналогичными изданиями, осуществляющими деятельность на территории г.Бийска.

Указание на сайте [www.delovoibysk.ru](http://www.delovoibysk.ru) тиражей печатных изданий «Деловой Бийск» (13 000), «Товары и услуги в Бийске и Республике Алтай» (50 000), «Телесемь. Бийск» (12 000), «Постскриптум» (10 000), а также формулировки, содержащие указание «самые популярные...», «самые большие...», «...Более 250 лучших...», «самый посещаемый...», «самыми лучшими...», требует фактического и документального обоснования.

На запросы антимонопольного органа ООО «Издательский дом «Бийская пресса»,

ИП Саламатов, ИП Зарецкий, ООО «Редакция газеты «Постскриптум», не представлены документы и материалы, подтверждающие достоверность информации об указанных в рекламе тиражах печатных СМИ.

Согласно документам, представленным ООО «Печатный дом» (вхд. №158790 от 17.07.2015г.) тиражи печатных изданий за 2014 -2015 годы составили в разные периоды: газеты «Деловой Бийск» от 11 500 до 26 800 экземпляров; газеты «Товары и услуги в Бийске и Республике Алтай» от 20 000 до 100 000 экземпляров; газеты «Постскриптум» 10 000 экземпляров; журнала «Телесемь.Бийск» от 10 450 до 26 350 экземпляров.

Вместе с тем, согласно информации, представленной хозяйствующими субъектами-конкурентами ООО «Экспресс-медиа» (газета «Экспресс. Бийск») и ООО «Бийский рабочий» (газета «Бийский рабочий») тираж газеты «Товары и услуги» по состоянию на 19.05.2015г. составляет 35 000 экз. вместо указанных 50 000; тираж газеты «Экспресс. Бийск» - 40 000 экз.

Обстоятельства наличия в рассматриваемом случае конкурентных интересов между владельцем сайта [www.delovoibiyisk.ru](http://www.delovoibiyisk.ru) ООО «Издательский дом «Бийская пресса», ИП Саламатовым совместно с печатными СМИ «Деловой Бийск», «Товары и услуги в Бийске и Республике Алтай», «Телесемь. Бийск», «Постскриптум» с одной стороны и аналогичными печатными СМИ города Бийска с другой стороны, антимонопольным органом установлены.

От заинтересованного лица, директора ООО «Издательский дом «Бийская пресса» С<...> поступила информация (вхд. №158985 от 21.07.2015г.) о том, что информация на сайте откорректирована, превосходная степень устранена. В качестве устранения нарушения, представлены копии распечаток спорных страниц с сайта [www.delovoibiyisk.ru](http://www.delovoibiyisk.ru).

Однако, в результате анализа представленных распечатанных страниц с сайта [www.delovoibiyisk.ru](http://www.delovoibiyisk.ru), Комиссией установлено, что на 2 странице размещена недостоверная информация о территории распространения печатных изданий газет «Деловой Бийск», «Товары и услуги в Бийске и Республике Алтай», «Постскриптум», журнала «Телесемь.Бийск», а именно «Эффективная система распространения... Более 250 магазинов в г.Бийске и республике Алтай». Комиссией установлено, что территориями распространения периодических печатных изданий, согласно выданным свидетельствам о регистрации СМИ газет «Деловой Бийск» (Свидетельство о регистрации СМИ – ПИ № ФС77-56194 от 15.11.2013г.) - Российская Федерация; «Постскриптум» (Свидетельство о регистрации СМИ – ПИ № ФС77-31370 от 12.03.2008г.) - Алтайский край и Республика Алтай»; «Товары и услуги в Бийске и Республике Алтай» (Свидетельство о регистрации СМИ – ПИ № 12-2104 от 03.11.2003г.) – Алтайский край; журнала «Антенна-Телесемь.Бийск» (Свидетельство о регистрации СМИ – ПИ № ФС77-59909 от 17.11.2014г.) – Российская Федерация, зарубежные страны. Следовательно, информация размещенная на 2 странице сайта [www.delovoibiyisk.ru](http://www.delovoibiyisk.ru), в разделе «Эффективная система распространения... Более 250 магазинов в г.Бийске и республике Алтай» относительно территории распространения газеты «Товары и услуги в Бийске и Республике Алтай» не соответствует действительности, т.к. согласно указанному свидетельству, территорией распространения указанной газеты является Алтайский край, что указывает на нарушение п.3 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе». Согласно п.3 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока.

Таким образом, Комиссией установлен факт нарушения ИП Саламатовым п.1 ч.2 ст.5, п.1 ч.3 ст.5, п.3 ч.3 ст.5 и п.14 ч.3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в размещении на сайте [www.delovoibiyisk.ru](http://www.delovoibiyisk.ru) недостоверной рекламы о тиражах, популярности периодических печатных изданий «Деловой Бийск», «Товары и услуги в Бийске и Республике Алтай», «Телесемь. Бийск», «Постскриптум» с использованием выражений в превосходной степени «Самые популярные газеты Бийска», «Самые большие тиражи в Бийске Каждую неделю 13 000 экземпляров «Делового Бийска»..., 50 000 экземпляров «Товаров и услуг» Что является одним из самых больших тиражей в Бийске, 12 000 экземпляров «Телесемь»..., 10 000 экземпляров «Постскриптума»..., «...Более 250 лучших магазинов Бийска...», «Самый посещаемый бийский сайт», «...самыми лучшими торговыми сетями города...», а также и территории распространения газеты «Товары и услуги в Бийске и Республике Алтай» - «Эффективная система распространения... Более 250 магазинов в г.Бийске и республике Алтай». Согласно п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства о рекламе. Согласно п.6 ст.38 Федерального закона «О рекламе», рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных, в том числе п.1 ч.2 ст.5, п.1 ч.3 ст.5, п.3 ч.3 ст.5 и п.14 ч.3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе». Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. В соответствии с информацией, размещенной в сети Интернет на общедоступном сайте «Центр регистрации доменов», домен [delovoibiyisk.ru](http://delovoibiyisk.ru) принадлежит ООО «Издательский дом «Бийская пресса», директором которого и одним из учредителей является С<...>.

Согласно информации, представленной ИП Саламатовым, сайт [www.delovoibiyisk.ru](http://www.delovoibiyisk.ru) изготавливался силами ИП Саламатова без договора с ООО «Издательский дом «Бийская пресса». Размещение информации на сайте [www.delovoibiyisk.ru](http://www.delovoibiyisk.ru) осуществлялось ИП Саламатовым. Договор на размещение на сайте [www.delovoibiyisk.ru](http://www.delovoibiyisk.ru) информации по печатным изданиям изданиям «Деловой Бийск», «Товары и услуги в Бийске и Республике Алтай», «Телесемь. Бийск», «Постскриптум» не заключался, оплата не производилась, поскольку С<...> является либо учредителем, либо издателем во всех изданиях, что подтверждается представленными ООО «Издательский дом «Бийская пресса», ИП Саламатовым, ИП Зарецким, ООО «Редакция газеты «Постскриптум» документами и материалами, в связи с чем, ООО «Издательский дом «Бийская пресса», ИП Саламатов, ИП Зарецкий, ООО «Редакция газеты «Постскриптум» являются группой лиц по определению Федерального закона «О защите конкуренции», так как С<...> является учредителем, либо одним из учредителей, издателем вышеуказанных печатных изданий.

Таким образом, Комиссией установлено, что рекламодателем рекламы размещенной на сайте [www.delovoibiyisk.ru](http://www.delovoibiyisk.ru), является ИП Саламатов, что подтверждено материалами дела.

В соответствии с ч.4 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях. В ходе рассмотрения дела Комиссией установлено, что лицом, отвечающим за содержание и размещение рекламы, является ИП Саламатов.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального

закона «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, размещенную ИП Саламатовым на сайте [www.delovoibiyisk.ru](http://www.delovoibiyisk.ru) - «Самые популярные газеты Бийска», «Самые большие тиражи в Бийске Каждую неделю 13 000 экземпляров «Делового Бийска»..., 50 000 экземпляров «Товаров и услуг» Что является одним из самых больших тиражей в Бийске, 12 000 экземпляров «Телесемь»..., 10 000 экземпляров «Постскриптума»..., «...Более 250 лучших магазинов Бийска...», «Самый посещаемый бийский сайт», «...самыми лучшими торговыми сетями города...», «Эффективная система распространения... Более 250 магазинов в г.Бийске и республике Алтай», поскольку при ее размещении нарушены требования п.1 ч.2 ст.5, п.1 ч.3 ст.5, п.3 ч.3 ст.5 и п.14 ч.3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать ИП Саламатова нарушившим требования п.3 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе», в части размещения на 2 странице сайта [www.delovoibiyisk.ru](http://www.delovoibiyisk.ru) недостоверной информации о территории распространения периодически печатного издания «Товары и услуги в Бийске и Республике Алтай».
3. Выдать ИП Саламатову предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу УФАС по Алтайскому краю для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ИП Саламатова. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

<...>

#### ПРЕДПИСАНИЕ № 109

#### О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

23 июля 2015г.

г.Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>

на основании своего решения от 23 июля 2015г. по делу № 74-ФАС22-Р/06-15 о признании ИП Саламатова нарушившим требования п.3 ч.3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» при размещении на сайте [www.delovoibiyisk.ru](http://www.delovoibiyisk.ru) ненадлежащей рекламы о территории распространения периодического печатного издания «Товары и услуги в Бийске и Республике Алтай», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,  
ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Саламатову в срок до 14 августа 2015г. прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить размещение на сайте [www.delovoibiysk.ru](http://www.delovoibiysk.ru) ненадлежащей рекламы о территории распространения периодического печатного издания «Товары и услуги в Бийске и Республике Алтай».

2. ИП Саламатову представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 17 августа 2015г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю вправе, в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот до пятисот тысяч рублей.

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

<...>