

РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/5-389/2022

07 июня 2022 года
город Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее также – Комиссия) в составе:

председатель Комиссии – (...)

члены Комиссии: (...)

рассмотрев дело № 055/05/5-389/2022 по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем (...) требований пункта 1 части 3 и части 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии ИП (...)

УСТАНОВИЛА:

В ходе государственного контроля (надзора) за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Омским УФАС России 04.04.2022 зафиксирован факт размещения на фасаде бизнес центра «Новый дом», расположенного по адресу: г. Омск, пр. К. Маркса, д. 41/1, следующей информации «Магазин № 1 PARADISE est 2012 fashion studio GENTLEMAN качественной доступной турецкой одежды SHOP-PARADISE.RU».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

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; под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Вышеуказанная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом, в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к магазину одежды «PARADISE GENTLEMAN».

При этом указанная реклама была распространена с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе.

Исходя из информации, размещенной на указанном в рекламе сайте shop-paradise.ru,

«PARADISE GENTLEMAN» являются сетью магазинов одежды.

Согласно сведениям на режимной вывеске деятельность в магазине «PARADISE GENTLEMAN» осуществляет индивидуальный предприниматель (...)

Определением от 12.05.2022 в отношении ИП (...) возбуждено дело по признакам нарушения пункта 1 части 3 и части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

На заседании Комиссии ИП (...) не отрицал факт нарушения пункта 1 части 3 и части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», при этом указал, что нарушение будет устранено.

1. В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального 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 вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара, при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые законодательством к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Из материалов дела следует, что в рекламе использована сравнительная характеристика «магазин № 1».

В пункте 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, 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).

Реклама не содержит критериев, по которым осуществляется сравнение (по качеству товара, по объему продаж и т.п.). Отсутствие таких критериев допускает возможность проведения сравнения по любому критерию, что может ввести потребителей в заблуждение относительно объекта рекламирования (магазина), создать неверное представление о его статусе, существе оказываемых им услуг и качестве товаров.

Одновременно использование в рекламе такой сравнительной характеристики (как № 1) создает впечатление, что магазин одежды «PARADISE GENTLEMAN» имеет значительное преимущество перед другими магазинами, осуществляющими аналогичную деятельность по продаже одежды, что недопустимо с точки зрения добросовестной конкуренции.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама распространена с нарушением требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Согласно части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

В соответствии с частью 1 статьи 68 Конституции Российской Федерации, частью 1 статьи 1 Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» (далее – Федеральный закон «О государственном языке Российской Федерации») государственным языком Российской Федерации на всей ее территории является русский язык.

В силу пункта 10 части 1 статьи 3 Федерального закона «О государственном языке Российской Федерации» государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию в рекламе.

При этом частью 2 статьи 3 Федерального закона «О государственном языке Российской Федерации» императивно установлено, что в случаях использования в сферах, указанных в части 1 настоящей статьи, наряду с государственным языком Российской Федерации государственного языка республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языков народов Российской Федерации или иностранного языка тексты на русском языке и на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языках народов Российской Федерации или иностранном языке, если иное не установлено законодательством Российской Федерации, должны быть идентичными по содержанию и техническому оформлению, выполнены разборчиво, звуковая информация (в том числе в аудио- и аудиовизуальных материалах, теле- и радиопрограммах) на русском языке и указанная информация на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языках народов Российской Федерации или иностранном языке, если иное не установлено законодательством Российской Федерации, также должна быть идентичной по содержанию, звучанию и способам передачи.

В рекламе слова на иностранном языке «est 2012 fashion studio» были использованы без идентичного содержания и технического оформления на русском языке.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Исходя из определений, данных в пунктах 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», индивидуальный предприниматель (...) является и рекламодателем, и рекламораспространителем.

Рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения, Комиссия пришла к выводу о нарушении ИП (...) пункта 1 части 3 и части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении наружной рекламы магазина одежды «PARADISE GENTLEMAN».

В силу пункта 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На момент вынесения решения в материалах дела отсутствуют доказательства об устранении ИП (...) нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь статьями 33, 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 42-55 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «Магазин № 1 PARADISE est 2012 fashion studio GENTLEMAN качественной доступной турецкой одежды SHOP-PARADISE.RU», распространенную ИП (...), ненадлежащей, нарушающей требования пункта 1 части 3 и части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ИП (...) о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 08.06.2022.

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