

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области (далее по тексту – Комиссия) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

..... – председателя Комиссии, заместителя руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области;

..... – члена Комиссии, специалиста – эксперта отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей;

..... – члена Комиссии, специалиста – эксперта отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей;

в отсутствие:

ответчика – ИП. О времени и месте рассмотрения настоящего дела извещен надлежащим образом,

рассмотрев дело №056/05/5-34/2022, возбужденное в отношении ИП Цыркина по признакам нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального Закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года (далее по тексту - ФЗ «О рекламе»), содержащихся в рекламе, распространяемой на кузове автомобиля ГАЗель Next 2824PE с г/н,

УСТАНОВИЛА:

Сотрудниками Оренбургского УФАС России 22.11.2021г. проведена проверка рекламы, распространяемой на территории г. Оренбурга, на предмет соответствия требованиям, установленным ФЗ «О рекламе».

В ходе проверки около дома по адресу: г. Оренбург, ул. Пролетарская, д.294 зафиксировано транспортное средство ГАЗель с г/н, на правом борту кузова которого изображен логотип сети магазинов «МИР САНТЕХНИКИ» в сопровождении информации следующего содержания: «МИР САНТЕХНИКИ унитазы раковины ванны смесители мебель для ванны каменные мойки душевые кабины полотенцесушители трубы фитинги радиаторы водонагреватели 50-58-88 котлы насосы ms56.ru +7..... Пролетарская, 247 Промысловый, 8/2 Салмышская, 51». На задних дверях кузова также расположен логотип вышеназванной сети магазинов и текст следующего содержания: «**Пожалуй, лучшие цены в городе!** Пролетарская, 247 Промысловый, 8/2 Салмышская, 51 ms56.ru +7.....».

Данная информация по смыслу части 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» имеет все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее

именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: она предназначена для неопределенного круга лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Объектом рекламирования в данном случае является сеть магазинов «Мир сантехники» и товары, которые она реализует.

Следовательно, на рассматриваемую информацию распространяются требования Закона о рекламе.

Усмотрев признаки нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» при распространении указанной рекламы, Оренбургское УФАС России 18 января 2022г. Определением исх. №391 от 19.01.22г. в отношении ИП Цыркина возбудило дело №056/05/5-34/2022, которое было назначено к рассмотрению на 15 февраля 2022 года в 14 часов 30 минут. В адрес ответчика были сделаны запросы необходимых документов и пояснений по существу дела.

15.02.2022г. в отсутствие ответчика, уведомленного о времени и месте рассмотрения дела надлежащим образом, состоялось заседание Комиссии, в ходе которой в связи с необходимостью получения в материалы дела дополнительных сведений Комиссия определила отложить рассмотрение дела на 23 марта 2022г. 14 ч. 30 мин. (Определение исх. №1207 от 16.02.22г.).

23.03.2022г. ответчик на заседание Комиссии вновь не явился, однако представил в материалы дела запрошенные документы и пояснения.

Проанализировав представленные материалы и письменные пояснения, а также действующее законодательство, Комиссия установила следующее.

Согласно письменным пояснениям ИП Цыркина содержание спорной рекламы определено и утверждено им самостоятельно, он является владельцем магазина «Мир сантехники». Документы на изготовление, а также макет рекламы не сохранились в связи с большим сроком давности и ликвидацией рекламного агентства. Целью размещения рекламы являлось брендование автомобиля, осуществляющего доставку товаров, которые реализует магазин «Мир сантехники». Ответчик указывает, что в настоящее время автомобиль прошел предпродажную подготовку и реклама с его кузова демонтирована.

Рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара, однако при этом он должен соблюдать обязательные требования при распространении рекламы, предъявляемые законодательством о рекламе.

Согласно части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и

недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с 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.

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.

Утверждение в спорной рекламе «Пожалуй, **лучшие цены** в городе!» способно вызвать у неопределенного круга лиц впечатление о достоинствах реализуемого товара, убедить потенциальных покупателей в выгоде его покупки именно в данном магазине и именно у данного продавца.

Согласно пункту 29 постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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. Данное объективное подтверждение может быть установлено победой в конкурсе, экспертным исследованием, независимой экспертизой, независимым опросом-анкетированием потребителей. 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.

В силу постановления Пленума в целях формирования верного представления о товаре у потребителей рекламы, утверждение «лучшие цены» должно сопровождаться указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Для утверждений о ценах рекламируемых товаров, как имеющих статус «лучшие» перед ценами на аналогичные товары других продавцов, необходимо наличие оснований, позволяющих судить о таком превосходстве.

Ввиду того, что текст спорной рекламы не содержит конкретный критерий, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение, Комиссия антимонопольного органа приходит к выводу, что она является ненадлежащей, противоречащей требованиям, установленным п. 1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение вышеуказанных требований несет рекламодаделец.

В соответствии с п. 5 ст. 3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем признается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Деятельность магазина «Мир сантехники» осуществляет ИП Цыркин. В соответствии с Выпиской из ЕГРНИП основным видом деятельности ИП Цыркина является торговля розничная санитарно-техническим оборудованием в специализированных магазинах.

В материалы дела представлена копия Свидетельства о регистрации ТС, согласно которому автомобиль Газель модели 2824 РЕ с регистрационным знаком принадлежит Цыркину.

По результатам анализа представленных документов, а также письменных пояснений Цыркина Комиссией Оренбургского УФАС России рекламодателем спорной рекламы, распространяющейся с нарушением требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», определен ИП Цыркин.

Согласно части 3 статьи 36 Закона о рекламе предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдается на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей и должно содержать указание о прекращении ее распространения.

В материалах дела имеются доказательства того, что спорная реклама в настоящее время не распространяется (ответчиком представлена фотофиксация транспортного средства).

Ввиду вышеизложенного, у Комиссии не имеется оснований для выдачи ответчику предписания о прекращении нарушения рекламного законодательства.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года и в соответствии с пунктами 42 и 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановлением Правительства

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространяющуюся на кузове автомобиля ГАЗель Next 2824PE с г/н, поскольку при ее распространении нарушены требования, установленные п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона РФ «О рекламе» №38-ФЗ от 13.03.2006 года.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП Цыркину не выдавать.

3. Передать материалы дела №056/05/5-34/2022 уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области для решения вопроса о возбуждении в отношении ИП Цыркина производства по делу об административном правонарушении.