

РЕШЕНИЕ

29 марта 2011 г.

г. Черкесск

Резолютивная часть решения объявлена 16.03.2011 года

Полный текст решения изготовлен 29.03.2011 года

Комиссия УФАС по КЧР по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председателя Комиссии <...>,

членов Комиссии – <...>, <...>, <...>,

рассмотрев дело №3 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту нарушения индивидуальным предпринимателем (далее – ИП) п.4 ч. 3 ст. 5, ч.7 ст.5 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

заявитель – <...> извещена о месте и времени, не явилась,

в присутствии представителя ИП <...> (далее – Представитель), по доверенности от 05 февраля 2009 года,

УСТАНОВИЛА:

08 февраля 2011 года в УФАС России по КЧР поступило заявление от Тебердиевой М.И. по факту размещения рекламного объявления ИП на витрине магазина «Concert club» (место нахождения: г. Черкесск, ул. Ленина, 145) следующего содержания: «-90%, СЧАСТЛИВЫЕ ДНИ, с 28/01 по 08/02» (без указания соответствующего года и мелким шрифтом).

22.02.2011 года было возбуждено дело №3 в отношении ИП, по признакам нарушения законодательства о рекламе в соответствии с пунктом 4 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе», где рассмотрение дела было назначено на 16 марта 2011 года на 11 ч. 45 мин.

16.03.2011 года в указанное время заявитель – <...> не явилась, подала ходатайство о рассмотрении дела в ее отсутствие. На рассмотрение дела явился представитель ИП (далее – Представитель).

В ходе рассмотрения дела Представитель представил письменное объяснение

ИП по настоящему делу, в котором указано следующее: «Из содержания ст.3 ФЗ «О рекламе» следует, что реклама - это 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. Согласно п.2 ст.3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, 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. Следовательно, в объявлении, размещенном на витрине магазина «Concert club» отсутствует указание на объект рекламирования, так как в объявлении не содержится наименование какого-либо конкретного товара и не изображен товарный знак либо иное средство индивидуализации. Содержащаяся в объявлении информация, отражает объективную действительность, связанную с ведением предпринимательской деятельности. На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что объявление не является рекламой. Так как объявление не является рекламой, то на него не распространяются ограничения, установленные ФЗ от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» Таким образом, аргументы Управления Федеральной антимонопольной службы по КЧР не соответствуют фактическим обстоятельствам дела, и нормы Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» применены неправильно».

Рассмотрев материалы дела №3 и, изучив доводы ИП, изложенные в объяснении, Комиссия Управления считает необходимым отметить следующее.

Из объяснений следует, что ИП не признает содержащуюся на плакате (стенде) информацию рекламой, мотивируя тем, что в ней отсутствует объект рекламирования: «в объявлении, размещенном на витрине магазина Concert club отсутствует указание на объект рекламирования, так как не содержится наименования какого-либо конкретного товара и не изображен товарный знак либо иное средство индивидуализации», но в пункте 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» закреплено определение объекта рекламирования как товара, средств индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовителя или продавца товара, результатов интеллектуальной деятельности либо мероприятия (в том числе спортивного соревнования, концерта, конкурса, фестиваля, основанных на риске игр, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Исходя из анализа вышеизложенной нормы ФЗ «О рекламе» следует, что объект рекламирования содержится. Как видно из размещенной рекламы, реклама содержит информацию о проводимом в магазине мероприятии по предоставлению скидок потенциальным покупателям, заинтересованным в приобретении товара именно в данном магазине. Материалами дела подтверждается, что заявителя – <...>, привлекла данная реклама, размещенная в оконной витрине магазина Concert club, и побудила её к совершению покупки.

<...>

Согласно пункту 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товаров, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара. Это подтверждается приложенным к

заявлению приобретенным <...> товаром с ценником, на котором указана старая цена (без учета скидки – 799р.) и новая цена (со скидкой 90% - 199р.). При подсчетах заявитель обнаружил, что размер скидки оказался не 90%, а 75%. Указанной в рекламе скидки в -90% заявителю предоставлено не было.

Также следует учитывать, что в соответствии со статьей 9 Закона РФ от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» информация об изготовителе (исполнителе, продавце) доводится до потребителя посредством вывесок. Изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы. Изготовитель (исполнитель, продавец) - индивидуальный предприниматель должен предоставить потребителю информацию о государственной регистрации и наименовании зарегистрировавшего его органа.

Размещение же объявления на витрине магазина с информацией о предоставлении скидок, в силу закона, обязательным не является, а направлено на привлечение внимания потенциальных потребителей к товару, реализуемому в данном магазине, следовательно, оно подпадает под понятие рекламы, которое дано в пункте 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе», в соответствии с которым 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.

Кроме того, часть 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» не допускает рекламу, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы. В рекламной информации указано число и месяц предоставления скидки, при этом отсутствует указание соответствующего года проведения мероприятия, что подтверждает недостоверность рекламы, а в соответствии с частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе», что реклама должна быть добросовестной и достоверной.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 указанного закона, несет ответственность рекламодатель, каковым в данном случае является ИП.

Таким образом, исходя из анализа вышеуказанных норм применительно к обстоятельствам настоящего дела, Комиссия Управления пришла к выводу о том, что в действиях ИП содержится состав правонарушения, предусмотренный ФЗ «О рекламе».

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38 «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать заявление заявителя обоснованным;

2. Рекламу ИП ненадлежащей.
3. Выдать ИП предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу УФАС по КЧР для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

> <...>

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ №1

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

29 марта 2011 г.

г. Черкесск

Резолютивная часть предписания объявлена 16.03.2011 года

Полный текст предписания изготовлен 29.03.2011 года

Комиссия УФАС по КЧР по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председателя Комиссии – <...>,

членов Комиссии – <...>,

на основании своего решения от «29» марта 2011 года по делу №3 о признании рекламы размещенной ИП (далее – ИП), ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п. 4 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе», 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. Индивидуальному предпринимателю не допускать нарушений пункта 4 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Федеральный закон «О рекламе» от 13 марта 2006 года №38-ФЗ впредь.
2. Срок исполнения предписания постоянно.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

Примечание. За невыполнение в установленный срок законного предписания антимонопольного органа частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Привлечение к ответственности, предусмотренной законодательством Российской Федерации, не освобождает от обязанности исполнить предписание антимонопольного органа.

