

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ 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,

отсутствии:

- заявителя Ю.С., извещенного надлежащим образом о времени и месте рассмотрения дела;

- ответчика ИП, извещенного надлежащим образом о времени и месте рассмотрения дела;

рассмотрев дело №056/05/5-876/2022, возбужденное в отношении И П по признакам нарушения требований, установленных п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона Российской Федерации «О рекламе» №38-ФЗ от 13.03.2006 года (далее в тексте - ФЗ «О рекламе»), содержащихся в рекламе распространяемой на заднем стекле маршрутного автобуса № 26 с государственным регистрационным номером:.....,

УСТАНОВИЛА:

Оренбургское УФАС России 15.11.2022г. (вх. №10291) поступило обращение Ю.С., по факту распространения на заднем стекле маршрутного автобуса № 26 с государственным регистрационным номером: рекламы следующего содержания: **«Дом кафеля. Лучшая плитка и керамогранит в городе* по мнению владельца магазина. Пр. Автоматики 12 В2».**

По мнению заявителя рекламная информация распространяется с признаками нарушения законодательства о рекламе, так как не указываются основания почему данный товар лучше других.

Рекламная 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 являются товары – плитка и керамогранит, реализуемые магазином «Дом кафеля».

Следовательно, на рассматриваемую информацию распространяются требования Закона о рекламе.

Проанализировав признаки нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» при распространении указанной рекламы, Определением исх. №9251 от 15.12.2022г. в отношении рекламодателя – ИП было возбуждено Комиссионное дело №056/05/5-876/2022.

Проанализировав имеющиеся материалы и действующее законодательство, Комиссией установлено следующее.

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, четкого представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Утверждение в спорной рекламе «Лучшая плитка и керамогранит 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, четкого 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

спертизой, независимым опросом-анкетированием потребителей. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, может считаться достоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Использование сведений о преимуществах оказываемых услуг не противоречит законодательству о рекламе, в случае если такое преимущество подтверждено документально.

Содержащаяся в спорной рекламе сноска: «По мнению владельца магазина» не может признаваться объективным подтверждением, в связи с тем, что владелец магазина является заинтересованным лицом в продвижении своего товара.

Содержащие утверждения о продавце и потребителях рекламируемого товара, как имеющих статус «лучшие» перед другими продавцами и потребителями, требуют наличия оснований, позволяющих судить о таком превосходстве.

В своих письменных пояснениях ИП факт распространения спорной рекламы не отрицает и указывает, что целью рекламы было развлечь, а не обмануть потенциальных покупателей.

Отсутствует документального и объективного подтверждения того, что рекламируемый товар является лучшим в городе, у ИП не имеется, в ходе рассмотрения дела в отделе не доказано.

На основании изложенного, Комиссия антимонопольного органа приходит к выводу, что спорная рекламная информация, распространяется в нарушение требований, установленных п. 1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно содержанию части 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение указанных требований, несет рекламодатель.

Рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ч. 3 ФЗ «О рекламе»).

Деятельность магазина « » осуществляет ИП.

Согласно выписке из ЕГРИП основным видом деятельности ИП является торговля различной прочими строительными материалами, не включенными в другие группы, в специализированных магазинах.

Кроме того, Комиссией установлено, что спорная реклама, распространяемая на заднем стекле маршрутного автобуса №26, размещалась в соответствии с договором заключенным между ИП К. (исполнитель) и ИП (заказчик) от.... №.. на размещение рекламных-информационных материалов.

согласно предмету указанного Договора ИП (заказчик) поручает, а ИП К (исполнитель) принимает на себя обязанность по изготовлению собственными и (или) привлеченными силами и размещению рекламных и (или) рекламно-формационных материалов ИП (заказчика) с использованием внешних и внутренних поверхностей транспортных средств, в объеме и на условиях, предусмотренных настоящим Договором и Приложениями к нему, являющихся неотъемлемой частью.

согласно п. 2.1.2 данного Договора, заказчик (И П) обязан предоставить утвержденный оригинал-макет, необходимый для изготовления размещаемых рекламных материалов не менее, чем за 15 календарных дней до момента их размещения, согласно условиям настоящего Договора и его Приложений.

по результатам анализа представленных документов, а также письменных объяснений, Комиссией Оренбургского УФАС России в качестве рекламодателя порочной рекламы, распространяющейся с нарушением требований п. 1 ч. 3 ст. Федерального закона «О рекламе», определена ИП.

в случае принятия Комиссией решения о признании рекламы ненадлежащей, в соответствии с ч. 3 ст. 36 ФЗ «О рекламе» решается вопрос о выдании предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

ввиду того, что выявленное нарушение устранено в добровольном порядке, материалы дела представлены сведения (фотофиксация) согласно которым порочная рекламная информация удалена с заднего стекла маршрутного автобуса № 26 с государственным регистрационным номером:, у Комиссии отсутствуют основания для выдачи 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 Российской Федерации №1922 от 24.11.2020 года,

РЕШИЛА:

Признать рекламу, распространяемую на заднем стекле маршрутного автобуса №26 с государственным регистрационным номером:, ненадлежащей и нарушающей требования, установленные п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона РФ «О рекламе» №38-ФЗ от 13.03.2006 года.

Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП. не

давать.

Передать материалы дела №056/05/5-876/2022 уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Ленинградской области для решения вопроса о возбуждении в отношении ИП производства по делу об административном правонарушении.