

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

### о возбуждении дела № 012/05/5-372/2024 и назначении дела к рассмотрению

«27» мая 2024 года г. Йошкар-Ола

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, заместитель руководителя – начальник отдела <...>, рассмотрев материалы по факту распространения рекламы «Ценопад. Одежда и обувь для всей семьи по самым низким ценам» расположенной по адресу: Республика Марий Эл. г. Волжск, ул. Ленина, д. 56/2,

#### УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) установлен факт размещения рекламы

«Ценопад. Одежда и обувь для всей семьи по самым низким ценам» расположенной по адресу: Республика Марий Эл. г. Волжск, ул. Ленина, д. 56/2, которая содержит признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) следующего содержания:

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе, реклама – 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.

По смыслу статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной.

При этом 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 (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Пунктом 29 Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, 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.

Действующее законодательство в регулируемой сфере правоотношений исходит из того, что достоверность распространяемой рекламы с использованием утверждений в превосходной степени должна соответствовать реальной действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В рекламе не допускается использование информации не соответствующей действительности и аналогичных сведений о преимуществах рекламируемого товара.

В рассматриваемой рекламе присутствует информация сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени «Одежда и обувь для всей семьи по самым низким ценам» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение.

Таким образом, при оценке текста размещенной рекламы действующему законодательству Марийское УФАС России приходит к выводу о том, что в спорной рекламе приводятся не обладающие достоверностью сведения о превосходстве (преимуществе) объекта рекламирования над такими же товарами иных хозяйствующих субъектов, что может вызвать неверные представления у потребителей относительно объекта рекламирования и негативно повлиять на выбор товаров того или иного производителя или продавца товара.

На основании изложенного, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Частью 1 статьи 19 Закона о рекламе установлено, что распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее – рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламодателем, с соблюдением требований настоящей статьи. Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) – собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

В соответствии с частью 9 статьи 19 Закона о рекламе установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее также – разрешение), выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в частях 5, 6, 7 статьи 19 Закона о рекламе законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района, органом местного самоуправления муниципального округа или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Указанное заявление

подается заявителем в письменной форме или в форме электронного документа с использованием федеральной государственной информационной системы «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)» (далее – единый портал государственных и муниципальных услуг) и (или) региональных порталов государственных и муниципальных услуг в орган местного самоуправления муниципального района, орган местного самоуправления муниципального округа или орган местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Администрацией городского округа «Город Волжск» разрешение на установку и эксплуатацию рассматриваемой рекламной конструкции, размещенной по адресу: Республика Марий Эл. г. Волжск, ул. Ленина, д. 56/2, не представлено.

В силу части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 9 статьи 19 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

Марийским УФАС России установлено, что деятельность в магазине «Ценопад» расположенного по адресу: Республика Марий Эл. г. Волжск, ул. Ленина, д. 56/2, осуществляет ИП Б., являющийся рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы

Таким образом, антимонопольный орган усматривает в действиях ИП Б. признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, части 9 статьи 19 Закона о рекламе при распространении и размещении рассматриваемой рекламы.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольными органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 №1922 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе»,

## ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 012/05/5-372/2024 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Назначить дело № 012/05/5-372/2024 к рассмотрению на **24 июня 2024 года в 10 часов 30 минут (по Московскому времени)** в помещении Марийского УФАС России, по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Волкова, д. 164.
3. Признать лицом, в действиях которого содержатся признаки нарушения: ИП Б. (ИНН: <...>, ОГРНИП: <...>).
4. ИП Б. в срок до 20 июня 2024 года представить в Марийское УФАС России следующие документы и сведения (с сопроводительным письмом, где указываются в качестве приложений все запрошенные документы):

- указать, признает ли ИП Б. признаки нарушения Закона о рекламе в соответствии с обстоятельствами, изложенными в настоящем определении?
- информацию о том, кто является рекламодателем, рекламодателем рассматриваемой рекламы (с приложением подтверждающих документов), а также сведения о стоимости производства, изготовления и размещения данной рекламы;
- сведения о периоде размещения рассматриваемой рекламы;
- письменную мотивированную позицию, в связи с чем в рассматриваемой рекламе не указаны критерии, в соответствии с которыми использована фраза

«Одежда и обувь для всей семьи по самым низким ценам»;

- иные документы и сведения по существу рассматриваемого дела.

Сообщаем, что Вы вправе принять участие в рассмотрении дела №012/05/5- 372/2024 посредством удаленного доступа. Вход в конференцию по ссылке: <https://fas1.tconf.rt.ru/c/0147234939>.

Председатель Комиссии

<...>