

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 50-ФАС22-Р/06-18

Решение вынесено 25 июля 2018 года

Решение изготовлено в полном объеме 26 июля 2018 года г. Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель комиссии:

К<...> – заместитель руководителя управления,

члены Комиссии:

Б<...> – начальник отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

Б<...> – главный специалист-эксперт отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело № 50-ФАС22-Р/06-18, возбужденное по факту размещения и распространения на телеканале «Россия 1» в региональном выпуске новостей недостоверной рекламы о продаже плодовых культур Омского Черлакского питомника,

в отсутствие представителей:

заявителя;

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рекламодателя ИП Люлька <...> (Смоленская область, 215805, <...>);

заинтересованного лица – рекламодателя Филиал ФГУП «ВГТРК «ГТРК «Алтай» (Алтайский край, г. Барнаул, Змеиногорский тракт, 27),

УСТАНОВИЛА:

в соответствии с пунктом 30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508, не является препятствием для рассмотрения дела отсутствие сторон, если имеются данные о своевременном извещении о времени и месте рассмотрения дела и если от них не поступило мотивированное ходатайство об отложении рассмотрения дела или указанное ходатайство не удовлетворено антимонопольным органом.

Определение о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства о рекламе, определение об отложении рассмотрения дела были направлены в адрес ИП Люлька <...> (215805, Смоленская область, <...>) заказными письмами с уведомлением о вручении. По указанному адресу ИП Люлька <...> почтовую корреспонденцию не получает, что подтверждается отчетами об отслеживании почтовых отправлений с трек-номерами 65606823376550, 65606826020467, размещенными на официальном сайте Почты России.

Заявитель и заинтересованное лицо (ФГУП «ВГТРК» в лице филиала «ГТРК «Алтай»), надлежащим образом извещенные о дате, времени и месте рассмотрения дела, на заседание Комиссии явку представителей не обеспечили.

С учетом того, что лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, должно получать почтовую корреспонденцию по адресу регистрации, а антимонопольным органом предприняты все возможные в рамках полномочий попытки уведомления ИП Люлька <...> о дате, времени и месте рассмотрения дела, ИП Люлька <...> считается уведомленным.

На основании изложенного, 25 июля 2018 года принято решение о рассмотрении дела в отсутствие заявителя, лица, в действиях которого содержатся признаки

нарушения законодательства о рекламе, заинтересованного лица.

Комиссия Алтайского краевого УФАС России, заслушав доклад члена Комиссии, изучив материалы дела и исследовав доказательства по делу, пришла к следующим выводам.

03 мая 2018 года в Алтайское краевое УФАС России на рассмотрение поступило обращение гражданина РФ, переданное по подведомственности управлением Роспотребнадзора по Алтайскому краю, о распространении в апреле 2018 года на телеканале «Россия 1» в региональном выпуске новостей недостоверной рекламы о продаже плодовых культур Омского Черлакского питомника, следующего содержания:

«Дачный сезон начинается. В Барнаул как раз привезли десять тысяч саженцев. Груша, смородина, вишня, малина и жимолость – от такого разнообразия глаза разбегаются... И это еще не всё – одной только яблони здесь несколько видов. Все растения с закрытой корневой системой – это значит, что корни уже прижились, и дерево нужно просто пересадить.

Сурового мороза эти саженцы не боятся. Омский Черлакский питомник выращивает культуры именно с такими свойствами. Изюминка ярмарки – колониовидные растения. В последние годы их популярность растет – они не требовательны к уходу. Найти ярмарку можно возле ДК «Сибэнергомаш».

СНХ ТИТР: Дмитрий Орешкин, продавец

Колониовидные растения интересны тем, что занимают мало места, поверхностные корни, морозоустойчивы и высокоурожайны. На следующий год они уже вступают в плодоношение».

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Рассматриваемая рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к реализуемым саженцам, способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

По информации, предоставленной Филиалом ГТРК «Алтай», рекламодателем рассматриваемого рекламного сюжета является ИП Люлька <...>, обратившийся с целью размещения в эфире информации о новых видах плодовых деревьев колониовидной формы. Информация о том, что саженцы из Омского Черлакского питомника была предоставлена им устно, согласованный с ним сюжет вышел в эфир.

Однако, как сообщает Филиал ГТРК «Алтай», на следующий после выхода в эфир рекламного сюжета выяснилось, что рекламируемые плодовые культуры родом из Чишминского района Республики Башкортостан, в связи с чем, информация о том, что плодовые культуры привезены из Омского Черлакского питомника была удалена из сюжета.

В таком виде реклама выходила лишь 12 апреля 2018 года.

Антимонопольным органом установлено, что на сайте СПК «Плодопитомник Черлакский» в сети Интернет содержится информация о том, что компания занимается реализацией саженцев плодово-ягодных и лесо-декоративных культур... Заказы на продукцию формируются круглый год. Отгрузка товара производится по наличию на складе: апрель-май, сентябрь-октябрь.

По информации, предоставленной СПК «Плодопитомник Черлакский» на запрос антимонопольного органа, ИП Люлька <...> в СПК плодовые культуры не приобретал и представителем СПК «Плодопитомник Черлакский» не является. Из материалов дела также следует, что ярмарка плодовых культур проходила возле ДК «Сибэнергомаш» в г.Барнауле по адресу пр.Ленина, 147 на основании заключенного между ООО «Статус» и ИП Люлька <...> в лице куратора выставок саженцев О<...> договора № 37 от 04.04.2018г. субаренды нежилого помещения и оборудования.

Федеральный закон «О рекламе» предъявляет общие требования к рекламе: «Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются».

Согласно пункту 20 части 3 статьи 5 настоящего Федерального закона недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Поскольку рассматриваемая реклама содержит информацию о том, что рекламируемые плодовые культуры из Омского Черлакского питомника, а на самом деле саженцы выращены в Чишминском районе Республики Башкортостан, данная реклама вводит потребителей в заблуждение относительно изготовителя рекламируемого товара. Следовательно, рассматриваемая реклама содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе рекламируемого товара, что указывает на признаки нарушения пункта 20 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, признается, согласно пункту 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащей.

В соответствии со статьей 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 20 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель, которым, согласно материалам дела является ИП Люлька <...>.

Согласно части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе», антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламодателям, рекламопроизводителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Материалами дела установлено, что реклама о продаже плодовых культур Омского Черлакского питомника выходила в эфире телеканала «Россия 1» один раз, в связи с чем основания для выдачи ИП Люлька <...> предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе отсутствуют.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «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 ненадлежащей рекламу о продаже плодовых культур Омского Черлакского питомника, размещенную и распространенную 12 апреля 2018 года на телеканале «Россия 1», поскольку в ней нарушены требования пункта 20 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ИП Люлька <...> (215805, Смоленская область, <...>) не выдавать по причине нецелесообразности, в виду устранения допущенного нарушения до возбуждения дела по признакам нарушения законодательства о

рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Алтайского краевого УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении в отношении ИП Люлька<...> дела об административном правонарушении, ответственность за которое предусмотрена статьей 14.3 КоАП РФ.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса РФ.

Председатель Комиссии К<...>

Члены Комиссии Б<...>

Б<...>