ООО «Малл инвест»

пр. Ленина, д.102в,

2 эт., администрация,

г. Барнаул, 656002

Заявителю

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №022/05/5-491/2019

Решение в полном объеме изготовлено 8 августа 2019 г. Барнаул

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

Председатель Комиссии:

<...> – заместитель руководителя управления,

Члены Комиссии:

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

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

рассмотрев дело № 022/05/5-491/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения в социальных сетях: «Одноклассники», «Вконтакте», «Инстаграм», рекламы, в которой усматриваются признаки нарушения п.1 ч.3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе, – ООО «Малл инвест», в лице представителя по доверенности №11/19 от 11.07.2019г. – <...>,

УСТАНОВИЛА:

В Алтайское краевое УФАС России поступило заявление гражданина РФ (вхд. №198806 от 03.07.2019г.) о распространении рекламы ТРЦ «Пионер» в социальных сетях: «Вконтакте», «Одноклассники», «Инстаграм» с использованием сравнительной характеристики предоставляемых скидок на товары посредством утверждения в превосходной степени: «У нас самый выгодный шоппинг». Ссылки на данные страницы в социальных сетях размещены на официальном сайте ТРЦ «Пионер» (https://pioneermall.ru), что подтверждает их принадлежность ТРЦ «Пионер».

19.07.2019г. Алтайским краевым УФАС России возбуждено производство по делу №

022/05/5-491/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ООО «Малл инвест». Рассмотрение дела назначено на 08.08.2019г.

08.08.2019г. Комиссия, изучив документы и материалы, представленные ООО «Малл инвест» (вхд.№199641 от 18.07.2019г., вхд.№1910247 от 31.07.2019г.) и заслушав доводы представителя по доверенности <...>, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

В соответствии со ст.3 Федерального закона «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.

Согласно п.2 ст.3 Федерального закона «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.

Согласно п.1 ч.3 ст.5 Федерального 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. В рекламе используется словосочетание «У нас самый выгодный шоппинг».

ООО «Малл инвест» зарегистрировано межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы России №15 по Алтайскому краю 30.07.2015г. (ОГРН 1092224003497), осуществляет деятельность согласно выписке из ЕГРЮЛ – Аренда и управление собственным или арендованным недвижимым имуществом (ОКВЭД – 68.2).

Из документов и материалов, представленных в антимонопольный орган ООО «Малл инвест» (вхд.№199641 от 18.07.2019г., вхд.№1910247 от 31.07.2019г.) следует, что ООО «Малл инвест» размещало информацию в социальных сетях: «Вконтакте», «Одноклассники», «Инстаграм» на тему «У нас самый выгодный шоппинг». Данная информация не имела смысловой нагрузки в разрезе превосходства, а лишь указывала, в контексте, на то, что в ТРЦ «Пионер», в данный период – выгодный шоппинг, за счет акций и скидок.

На заседании Комиссии, представитель ООО «Малл инвест» - <...> нарушение п.1 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе» признала, пояснив, что нарушение законодательства о рекламе произошло по вине руководителя отдела маркетинга и рекламы – <...> В настоящее время нарушение устранено.

В соответствии с пунктом 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 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», «самый», 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.

Шоппинг (англ. shopping) — форма времяпрепровождения в виде посещения магазинов, обычно в торговых центрах и комплексах, и покупки товаров — одежды, обуви, аксессуаров, головных уборов, подарков, косметики и др.

В рассматриваемой рекламе отсутствует критерий, по которому рекламируемый шоппинг в ТРЦ «Пионер» является самым выгодным. Реклама товаров (работ, услуг) не должна создавать у потребителей заблуждений относительно свойств (качеств, характеристик и др.) товара (работы, услуги).

Таким образом, в рекламе не допускается использование информации не соответствующей действительности и аналогичных сведений о преимуществах рекламируемого товара.

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.

При этом применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени, действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодатель не подтвердит их истинность, представив документальные тому доказательства. При этом использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

В соответствии с пунктом 28 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе. При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Согласно п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требования п.1 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Установлено, что рекламодателем является ООО «Малл инвест» (ИНН 2224134043; ОГРН 1092224003497).

На основании изложенного, Комиссией установлен факт нарушения ООО «Малл инвест» п.1 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе», что выражается в ненадлежащем размещении рекламы в социальных сетях: «Одноклассники», «Вконтакте», «Инстаграм»

Руководствуясь п.1 ч.2 ст.33, ч.1 ст.36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пп.37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу ТРЦ «Пионер», распространенную в социальных сетях: «Вконтакте», «Одноклассники», «Инстаграм», ненадлежащей.
2. Признать рекламодателя – ООО «Малл инвест» нарушившим требования п.1 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе».
3. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать в связи с нецелесообразностью.
4. Передать материалы дела в отношении ООО «Малл инвест» уполномоченному должностному лицу Алтайского краевого УФАС России, для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст.198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии: <...>

Члены Комиссии: <...>

<...>