

GERB

**ПО КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКОЙ РЕСПУБЛИКЕ
УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ**

369000, г. Черкесск,

тел. 26-63-56,

пр. Ленина, 38

факс (8782) 26-64-55.

4.09.2017 № _____ -2/7

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

**о возбуждении дела № 29 по признакам
нарушения законодательства о рекламе**

4 сентября 2017г.
Черкесск

г.

я, председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы России по Карачаево-Черкесской Республике, по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, Бабаев Каир Абуталибович – заместитель руководителя Управления, рассмотрев по собственной инициативе рекламу, размещенную Индивидуальным предпринимателем ... (магазин «Покупочка», юр. адрес: 369000, г. Черкесск, ул. Магазинная, 2 ИНН 616121766033, ОГРН 314619304800137) (далее – ИП Федчишин С.В.)

УСТАНОВИЛ:

В ходе мониторинга рекламной информации, распространяемой на территории Карачаево – Черкесской Республики, проводимого Управлением Федеральной антимонопольной службы России по Карачаево-Черкесской Республике на предмет соблюдения требований Законодательства о рекламе выявлено распространение рекламы при входе в магазин «Покупочка», расположенного по адресу: г.Черкесск, ул. Магазинная, 2. Реклама распространяется с помощью аудио колонок и имеет следующее содержание: *Привет как дела?! Это магазин «Покупочка», с нами не просто так, у нас одежда задарма по 11, другие по 23 рубля, таких цен не найдешь пока к нам не придешь. Закупка 250 куртка 499, предложение не навсегда, а до какого числа – это секрет пока. Улица Магазинная 2 в 50 метрах от ТЦ «Панорама».*

Из текста указанной рекламы можно сделать вывод, что информация, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, в данном случае к магазину «Покупочка», где действует акция.

Данная информация является стимулирующим мероприятием, так как она побуждает потребителей рекламы воспользоваться услугами магазина «Покупочка» и приобрести товар по сниженным ценам согласно проводимой акции, тем самым стимулируя продажу услуг.

В соответствии со статьей 9 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее – стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

1. Сроки проведения такого мероприятия;
2. Источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Часть 7 статьи 5 устанавливает, что не допускается реклама, 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 данной рекламе отсутствует обязательная по закону для указания информация о сроках проведения указанной акции, что является частью существенной информации о рекламируемых услугах, а также в вопросе приобретения данных товаров.

Согласно статье 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе», недобросовестной признается реклама, которая: содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В силу пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «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.

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

В соответствии с пунктом 4 части 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе», недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

В силу статьи 14.3 Федеральный закон от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – ФЗ «О защите конкуренции»), введен запрет на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения.

Согласно пункту 1 статьи 14.3 ФЗ «О защите конкуренции», не допускается недобросовестная конкуренция путем некорректного сравнения хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов "лучший", "первый", "номер один", "самый", "только", "единственный", иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными.

В связи с тем, что данная реклама не сопровождается какой-либо дополнительной подтверждающей информацией, имеются основания считать ее недостоверной, как содержащую не соответствующие действительности сведения о ценовом преимуществе рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые реализуются другими хозяйствующими субъектами.

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

На территории республики действует более ста магазинов. ИП Федчишин С.В. не может утверждать, что таких цен на данном товарном рынке нет, несмотря на проводимую акцию.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» за нарушение требований, установленных пунктами 1, 2 статьи 9 и частью 7 статьи 5 и пункта 4 части 2 статьи 5, пункта 1 и 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» и ответственность несет рекламоделец.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, части 1, 2 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктом 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 29 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Признать лицами, участвующими в деле:

Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе, ...

3. Назначить дело № 29 к рассмотрению на **18 сентября 2017 года в 9:00 ч.** по адресу: КЧР, г. Черкесск, проспект Ленина, 38, 1 этаж, каб. № 7.

Явка ИП Федчишина С.В. для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, или его представителя с надлежащим образом оформленной доверенностью, **обязательна.**

Председатель Комиссии

К.А. Бабаев