

РЕШЕНИЕ

по делу №016/05/5-309/2019 о нарушении законодательства

Российской Федерации о рекламе

Исх. №АР-08/8692 от 14.06.2019 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: <...>– (должностное лицо);

<...>– (должностное лицо);

Члены Комиссии:

<...>– (должностное лицо);

рассмотрев дело №016/05/5-309/2019 в отношении ИП <...> на предмет соблюдения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

в отсутствии:

- представителя <...> - ходатайство о рассмотрении дела без личного участия;

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения государственного надзора в сфере рекламы Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) был установлен факт распространения рекламы пластиковых окон с текстом: «Окна ПВХ профнастил, жалюзи ... Лучшие цены и качество», в газете «Ярмарка» №2 (1136) от 11.01.2019 г., что имеет признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

Утверждение «Лучшие цены и качество!» обеспечивает преимущество рекламируемых товаров среди аналогичных товаров и услуг, оказываемых другими лицами на территории Республики Татарстан.

В данном случае фраза «Лучшие цены и качество» способно оказать влияние на конкуренцию, путем перераспределения спроса, так как по утверждению, которое содержится в рекламе, у <...> пластиковые окна по лучшей цене и лучшего качества, по отношению к иным лицам, продающие аналогичные товары и оказывающие аналогичные услуги.

В данной рекламе отсутствуют какие-либо указания конкретных характеристик или параметров, на которых основаны сравнения цен на товары и услуги, оказываемые (предоставляемые) соответствующим рекламодателем, имеющих объективное подтверждение, что пластиковые окна у <...> действительно по лучшей цене и лучшего качества.

В адрес Управления от <...> поступило ходатайство о рассмотрении данного дела в отсутствие ответчика. Указанное ходатайство было удовлетворено Комиссией.

Также были представлены пояснения, согласно которым оспариваемый макет был изготовлен и размещен в газете «Ярмарка», информация для макета была предоставлена и утверждена <...>. Согласно информации представленной в пояснениях, ответчик вину признает, макет был исправлен и более в газете не распространяется.

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения, а именно о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе определено, что 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.

Вышеуказанная рекламная информация содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к товарам, реализуемым соответствующими рекламодателями.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Из положения части 6 статьи 38 Закона о рекламе следует, что за нарушение требований, установленных пунктом 1 частью 2 статьи 5 Закона «О рекламе», ответственность несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Рекламодателем является <...>.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктами 1 и 2 ФЗ «О рекламе», реклама – это 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.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-43 Правил рассмотрения

антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу пластиковых окон <...> с текстом: «Окна ПВХ профнастил, жалюзи ... Лучшие цены и качество», в газете «Ярмарка» №2 (1136) от 11.01.2019 г., которая обеспечивает преимущество рекламируемых товаров среди аналогичных товаров и услуг ненадлежащей, нарушившей требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе».
2. Предписание <...> об устранении нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе» не выдавать, в связи с прекращением нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении.

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

Председатель Комиссии <...>- (должностное лицо)

Члены Комиссии <...>- (должностное лицо)

<...>- (должностное лицо)