

**РЕШЕНИЕ**  
**по делу № 03-21/29-2017**  
**о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе**

«23» июня 2017 года г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «21» июня 2017 года

Полный текст решения изготовлен: «23» июня 2017 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии,

член Комиссии,

член Комиссии,

рассмотрев дело № 03-21/29-2017, возбужденное по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) в отношении ИП Т. по факту распространения рекламы «Фант-Окна Окна №1 Лучшие в твоём городе», размещенной на автобусах общественного транспорта города Волжск,

в отсутствие на заседании комиссии лиц, привлеченных к участию в рассмотрении дела, надлежащим образом уведомленных о дате, времени, месте рассмотрения дела,

**УСТАНОВИЛА:**

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) проведен мониторинг рекламы, размещенной в городе Волжск. В ходе осуществления мониторинга 22.12.2016 установлен факт распространения рекламы на автобусах общественного транспорта г. Волжск следующего содержания:

Далее – Реклама,

По факту размещения указанной рекламы Марийским УФАС России возбуждено дело о нарушении законодательства о рекламе №03-21/29-2017 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее- Закон о рекламе).

ИП Т. в ходе рассмотрения дела письменные пояснения и документы не представил, на заседание комиссии по рассмотрению дела не явился. С учетом имеющихся в материалах дела сведений об извещении индивидуального предпринимателя о дате, месте, времени рассмотрения дела, Комиссия считает возможным рассмотреть дело в отсутствие индивидуального предпринимателя.

Комиссия Марийского УФАС России, рассмотрев полученные в ходе рассмотрения материалы и документы, письменные и устные пояснения лиц, участвующих в рассмотрении дела, приходит к выводу о нарушении законодательства о рекламе при распространении рассматриваемой

рекламы на основании следующего.

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.

Под объектом рекламирования понимают 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 (статья 3 Закона о рекламе).

Из содержания рекламной информации следует, что объектом рекламирования являются компания «Фант-окна», реализуемые окна, а также адреса продаж в г. Волжск.

Рассматриваемая информация является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 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 сообщается, что реализуемые окна являются «Окнами №1» «Лучшими в твоём городе».

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» установлено: 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 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 ([пункт 1 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе).

Применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени, например, утверждений о «самом», «лучшем», «абсолютном», «единственном», «№1» и т.п., действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодатель не подтвердит их истинность, предоставив документальные 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 рекламе в отношении предлагаемого товара «окна» сообщается, что они являются «№1» и лучшими в городе, однако указанное утверждение не подтверждается фактическими данными. Также в рекламе отсутствуют какие – либо ссылки на проведенные исследования, в том числе в отношении товаров, производимых иными хозяйствующими субъектами. Таким образом, рассматриваемая реклама содержит недостоверные сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами.

На основании изложенного, реклама «Фант-Окна Окна №1 Лучшие в твоём городе» нарушает требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

При рассмотрении поступивших материалов Марийским УФАС России установлено, что реклама «Фант-Окна Окна №1 Лучшие в твоём городе» размещалась на транспортных средствах ООО «Волжские пассажирские перевозки», осуществляющего регулярные пассажирские перевозки в городе Волжск

Между ООО «Волжские пассажирские перевозки» и ООО «7АРТ» на момент размещения рекламы заключен договор аренды наружной поверхности транспортного средства для размещения рекламы от 01.01.2016 (в 2017 году – от 01.01.2017), по условиям которого ООО «Волжские пассажирские перевозки» передает ООО «7АРТ» в аренду наружные поверхности транспортного средства (автобусов) для размещения наружной рекламы рекламораспространителя.

ООО «7АРТ» в письменных пояснениях от 22.02.2017 вх.№1826 представило сведения о транспортных средствах, на которых размещалась реклама «Фант-окна», а также 29.03.2017 в антимонопольный орган представлены фотографии о размещении рассматриваемой рекламы на транспортных средствах.

Заказчиком размещения рассматриваемой рекламы на автобусах общественного транспорта является ИП Т., что подтверждается заключенным договором на оказание услуг в виде размещения рекламы на маршрутном автотранспорте между ИП Т. и ООО «7АРТ» от 01.01.2016. На основании указанного договора исполнитель ООО «7АРТ» обязалось по макету заказчика ИП Т. разместить рекламные материалы заказчика на транспортных средствах. Исполнение договора подтверждается представленными в материалы дела копиями подписанных сторонами актов выполненных работ.

Изучив представленные документы и материалы, Комиссия Марийского УФАС России приходит к выводу о том рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП Т., рекламодателем – ООО «7 АРТ».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе установлена для рекламодателя.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламодателям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссия Марийского УФАС России, изучив представленные в материалы дела доказательства, считает необходимым выдать предписание о прекращении нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе ИП Турлыкину А.Ю.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу «Фант-Окна Окна №1 Лучшие в твоём городе», размещенную на автобусах общественного транспорта города Волжск, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать индивидуальному предпринимателю Т. предписание о прекращении нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в соответствии со статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии