

РЕШЕНИЕ

Дело № 04-Р-2015

12 марта 2015 г.

г. Чебоксары

Резолютивная часть решения оглашена 03 марта 2015 г.

Решение изготовлено в полном объеме 12 марта 2015 г.

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

«...»

рассмотрев дело N 04-Р-2015, возбужденное в отношении ИП Жукова О.Н. по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (пункта 4 части 3 статьи 5, части 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе») при распространении индивидуальным предпринимателем рекламы магазина «Техника», сообщающей о том, что в данном магазине реализуются мотоблоки «по ценам ниже, чем в интернет-магазинах»,

в присутствии индивидуального предпринимателя Жукова Олега Николаевича,

в отсутствие заявителя - гр. «...», извещенной о времени и месте рассмотрения дела надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

в связи с обращением гр. «...» (вх. 05-17/385 от 29.12.2014 г.) Чувашским УФАС России установлено, что в районной газете «Знамя труда» 24, 27 декабря 2014 г. распространялась реклама магазина «Техника» ИП Жукова О.Н., сообщающая о том, что в данном магазине реализуются мотоблоки «по ценам ниже, чем в интернет-магазинах». По мнению заявителя, цены на аналогичный товар в интернет-магазинах ниже, чем в магазине «Техник». Так, мотоблок НЕВА МБ-2С-6,5 PRO стоит в магазине «Техника» 39500 руб., а на сайте motoblok.ru цена мотоблока НЕВА МБ-2С-6,5 PRO составляет 37650 рублей, то есть, на 1859 рублей дешевле.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 N 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.

Информация, распространяемая газетой «Знамя труда» от 24 декабря 2014 г., направлена на формирование у потребителей желания приобрести мотоблоки

НЕВА именно в магазине «Техника», сообщение о возможности приобрести самые популярные мотоблоки «по ценам ниже, чем в интернет-магазинах» вызывает интерес у неопределенного круга лиц, и способствует продвижению этого товара на рынке. Таким образом, данная информация соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным статьей 3 Федерального закона «О рекламе», поэтому является рекламой.

В силу части 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «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.

Чувашское УФАС России для проведения контрольного мероприятия по проверке соответствия содержания данного рекламного модуля требованиям Федерального закона «О рекламе», и на основании статьи 34 Федерального закона «О рекламе», письмом от 12.01.2015 № 05-16/40 затребовало у АУ Чувашской Республики «Редакция Ядринской районной газеты «Знамя труда» Мининформполитики Чувашии копию рекламного модуля, представленного для распространения магазином «Техник» и копию договора на производство и распространение рассматриваемой рекламы.

Письмом от 26.01.2015 г. вх. 05-16/447 АУ Чувашской Республики «Редакция Ядринской районной газеты «Знамя труда» Мининформполитики Чувашии» сообщило, что реклама магазина «Техника» распространена 24, 27 декабря 2014 г. газетой «Знамя труда» на основании заявки ИП Жукова О.Н., который и предоставил для распространения данный рекламный модуль.

В смысле Федерального закона "О рекламе" **рекламодателем** является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, рекламопроизводителем - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму, а рекламораспространителем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункты 5 - 7 части 1 статьи 3 Федерального закона "О рекламе").

Таким образом, определив содержание рекламы магазина «Техника» ИП Жуков О.Н. выступил рекламодателем.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушения требований, установленных частью 1 статьи 5, пунктом 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несёт рекламодатель.

Из представленного в Комиссию письменного пояснения ИП Жукова О.Н. следует, что 22.12.2014 г. предприниматель подал заявку на опубликование рекламного модуля в газете «Знамя труда» Ядринского района Чувашской Республики.

Определяя содержание рассматриваемого рекламного модуля, ИП Жуков О.Н.

произвел мониторинг цен на популярные мотоблоки, реализуемые в Интернет-магазинах.

На момент публикации рекламного модуля стоимость мотоблоков в магазине «Техника» была действительно ниже цен на популярные мотоблоки, реализуемые в Интернет-магазинах.

Заявитель «...», сравнивая цены на мотоблоки, не учитывает стоимость доставки мотоблока в г. Ядрин, которая составляет более 2000 руб.

Таким образом, с учетом всех затрат по доставке мотоблока НЕВА МБ-2С-6,5 PRO, для конечного потребителя стоимость будет больше той цены, которая указана в рекламном модуле, распространенном газетой «Знамя труда» 24, 27 декабря 2014 г., следовательно, рассматриваемая реклама достоверна.

В заседании Комиссии ИП Жуков О.Н. с нарушением требований рекламного законодательства в содержании рекламы магазина «Техника» также не согласился.

Пояснил, что в рекламном модуле указано, что данное предложение не является публичной офертой, поэтому цены необходимо уточнять у продавцов-консультантов.

Данные доводы ИП Жукова О.Н. Комиссия считает несостоятельными по следующим основаниям.

Частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» определено, 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.

При этом в рекламе существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Реклама магазина «Техника», содержащая утверждение «Самые популярные мотоблоки по ценам ниже, чем в интернет-магазинах!», распространенная в газете «Знамя труда» 24, 27 декабря 2014 г. не отвечает требованиям пункта 4 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку в данной рекламе отсутствует существенная для потребителей информация о том, что в цену реализуемых мотоблоков входит стоимость доставки техники из г. Санкт-Петербурга до Чувашской Республики.

Использование в рекламе неточных высказываний или преувеличений относительно товара (услуги) может создать у потребителя неверное представление об этом товаре (услуге).

Главным инструментом введения в заблуждение, как правило, является распространение ложной или неточной информации вследствие сокрытия части существенной информации.

Вводящая в заблуждение реклама сообщает не «объективно неправильные

(неверные) сведения», а субъективно неправильные, т.е. те, которые способны ввести в заблуждение.

Это означает, что при оценке рекламы на предмет введения в заблуждение учитывается субъективное восприятие сообщенных ею сведений. Определяющим в этом случае является не то, что имел в виду рекламодатель, и не то, насколько сообщенные сведения соответствуют истине, а лишь **их восприятие потребителями**.

При оценке рекламы на способность ввести в заблуждение следует предполагать, что потребитель не должен обладать специальными знаниями в разных областях науки и техники.

Рассматриваемая реклама магазина «Техника» содержит утверждение «Самые популярные мотоблоки по ценам ниже, чем в интернет-магазинах!»,

при этом рекламодатель не проинформировал потребителя о том, что указанная в рекламе цена включает стоимость доставки реализуемого товара. Об этих обстоятельствах можно узнать, лишь обратившись к продавцам-консультантам.

Довод ИП Жукова О.Н. об указании в тексте рассматриваемой рекламы информации о том, что данное предложение не является публичной офертой не может быть принят во внимание, так как не может свидетельствовать о соблюдении предпринимателем требований рекламного законодательства в момент предоставления рекламы и не заменяет опубликования в рекламе существенных сведений, отсутствие которых способно ввести потребителя в заблуждение относительно рекламируемого товара (услуги).

Комиссия, изучив представленные документы и материалы дела, пришла к выводу о нарушении требований, определенных пунктом 4 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в рекламе магазина «Техника», распространенной в газете «Знамя труда» 24, 27 декабря 2014 г.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На момент рассмотрения дела ИП Жуков О.Н. не представил доказательств того, что рассматриваемая реклама магазина «Техника» прекращена, в связи с чем Комиссия Чувашского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдать предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

Учитывая вышеизложенное и руководствуясь частью 2 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 магазина «Техника» ИП Жукова О.Н., распространенную газетой «Знамя труда» 24, 27 декабря 2014 г., в связи с нарушением пункта 4 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. ИП Жукову О.Н. выдать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Чувашского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в суде или Арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения.

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

Дело № 04-Р-2015

12 марта 2015 г.

г. Чебоксары

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – «...»

члены Комиссии:

«...»

на основании своего решения от 12 марта 2015 г. по делу N 04-P-2015 о признании ненадлежащей рекламы магазина «Техника» ИП Жукова О.Н., распространенной газетой «Знамя труда» 24, 27 декабря 2014 г., в связи с нарушением пункта 4 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»,

и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона "О рекламе", пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Жукову О.Н. в срок **до 15 апреля 2015 г.** прекратить распространение ненадлежащей рекламы магазина «Техника», в связи с нарушением требований, определенных пунктом 4 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», путем дополнения текста рекламы информацией, существенной для потребителей.

2. ИП Жукову О.Н. в срок до 31 марта 2015 г. представить в Чувашское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Чувашское УФАС России вправе в соответствии с частью 2⁴ статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»