

## РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/5-409/2024

15 мая 2024 года

город Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

председатель Комиссии – (...),

члены Комиссии: (...),

рассмотрев материалы дела № 055/05/5-409/2024 по факту распространения индивидуальным предпринимателем (...) рекламы, нарушающей требования пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие заявителя и ИП (...)

### УСТАНОВИЛА:

В Омское УФАС России через Приёмную Президента Российской Федерации поступило обращение физического лица по факту распространения на территории города Омска информации следующего содержания: «Масла фильтры аккумуляторы Лучшие цены в Омске!» (вх. № Омского УФАС России 3586/24 от 18.04.2024).

По мнению заявителя, вышеуказанная информация является рекламой и содержит признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. В качестве доказательств представлен фотоснимок, свидетельствующий о факте распространения 26.03.2024 спорной информации по адресу: г. Омск, ул. Енисейская, д. 1.

По определению, данному статьей 3 Федерального закона «О рекламе»:

реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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;

объект рекламирования - это 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;

товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Указанная информация содержит признаки юридического понятия реклама, поскольку распространена наружным способом в адрес неопределенного круга лиц и направлена на привлечение внимания к реализуемым товарам по лучшим ценам в г. Омске. При этом распространенная реклама содержит признаки нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно информации на режимной вывеске деятельность в магазине осуществляет ИП (...)

Определением от 25.04.2024 в отношении ИП (...) Омским УФАС России возбуждено дело по признакам нарушения пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», рассмотрение дела назначено на 15.05.2024 в 15:00 часов.

Определение о возбуждении дела направлено ИП (...) заказным письмом с уведомлением исх. № ТШ/2333/24 от 25.04.2024

На определение о возбуждении дела ИП (...) представлена информация (вх. № 4379-ЭП/24 от 15.05.2024), согласно которой факт размещения рекламы не отрицает, при этом «по существу рассмотрения дела № 055/05/5-409/2024 поясняю следующее, что не знал, что данная надпись является рекламой и нарушает закон».

Комиссия, оценив спорную рекламу, изучив материалы дела, пришла к следующим выводам.

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

Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара, при этом информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности (в целях формирования у потребителя правильного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах) и добросовестности по отношению к другим участникам рынка.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «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 пункте 9 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее - Постановление № 58): «Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе реклама, содержащая некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, признается недобросовестной. При анализе информации, содержащейся в рекламе, судам необходимо иметь в виду, что рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся. Суды должны учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства. Поэтому реклама может быть признана недостоверной и в том случае, когда сведения, не соответствующие фактическим обстоятельствам, касаются деятельности (товара) конкурентов».

Использование сведений о преимуществах товаров не противоречит законодательству о рекламе, в случае если такое преимущество подтверждено документально.

В рассматриваемой рекламе содержится сопоставление исключительности цен магазина по отношению к другим участникам рынка (его конкурентам).

При этом некорректность сравнения цен с ценами на аналогичные товары, реализуемые другими продавцами, следует из того, что формируется общая оценка более выгодных условий перед конкурентами, поскольку использованное словосочетание «самая низкая цена по Омску» предполагает, что рекламируемые таким способом товары будут больше востребованы со стороны потребителей с точки зрения их низкой цены и одновременно свидетельствует о том, что ни один другой участник рынка не имеет таких цен на реализуемые у него в магазине товары.

Согласно пункту 1 части 3 статьи 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 пункте 29 Постановление Пленума даны разъяснения относительно использования в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», 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)».

Данное объективное подтверждение может быть установлено победой в конкурсе, экспертным исследованием, независимой экспертизой, независимым опросом и т.д., 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.

Вместе с тем на момент фиксации факта распространения рекламы критерий, на основании которого осуществлено сравнение с товарами (ценами) других продавцов, отсутствовал.

Таким образом, указанная реклама содержит признаки нарушений пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодатель - это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, рекламодателем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункты 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Исходя из определений, данных в пунктах 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ИП (...) является рекламодателем и рекламодателем.

Ответственность за нарушение пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель (часть 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе»).

Рассмотрев материалы дела, Комиссия пришла к выводу о нарушении ИП (...) пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы «Масла фильтры аккумуляторы Лучшие цены в Омске!».

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы, в целях обеспечения реализации права потребителя на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства о рекламе.

В силу пункта 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Учитывая, что в настоящее время вышеуказанная реклама продолжает распространяться, Комиссией принято решение о необходимости выдачи ИП (...) предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 - 48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «Масла фильтры аккумуляторы Лучшие цены в Омске!» ИП (...), распространенную по адресу: г. Омск, ул. Енисейская, д. 1, ненадлежащей, нарушающей требования пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ИП (...) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу антимонопольного органа для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 23.05.2024.

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