

Определение

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 011/05/5-31/2024

И НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА К РАССМОТРЕНИЮ

17 января 2024 года г. Сыктывкар

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, <...>, рассмотрев материалы проведения наблюдения за соблюдением обязательных требований в сфере рекламы,

УСТАНОВИЛА:

На основании задания заместителя руководителя - начальника отдела Коми УФАС России на проведение наблюдения от 18.12.2023 № 1 сотрудниками Коми УФАС России проведено контрольное (надзорное) мероприятие без взаимодействия с контролируемыми лицами посредством наблюдения за соблюдением обязательных требований.

По результатам проведения наблюдения 17.01.2024 составлен акт проведения наблюдения за соблюдением обязательных требований в сфере рекламы (далее – акт).

В результате рассмотрения акта и материалов проведения наблюдения установлено следующее.

В сети Интернет в социальной сети «ВКонтакте» распространяется таргетированная реклама сообщества «Женский клуб «Олимпия» (<https://vk.com/olympyaclub>) следующего содержания:

«Женский клуб «Олимпия» | фитнес Сыктывкар

Мы завершили ноябрьские марафоны

Любимая часть участниц в каждом марафоне – это подведение итогов и сравнение «до» и «после».

И каждая девушка, которая посещала тренировки, придерживалась сбалансированного питания и всех рекомендаций от тренера, получила качественный результат.

Мы увидели впечатляющие цифры:

- минус 3,5 кг
- минус 5 кг
- минус 10 см в талии
- минус 7 кг...

Перечислять можно долго, ведь с «Олимпией» совершенствовались более 90 девушек.

vk.me/olympiaclub - записаться на марафон в 1 клик

Хотите обрести стройную и подтянутую фигуру, избавившись от лишнего веса всего за 4 недели?

Тогда пишите в личные сообщения группы и записывайтесь на следующий поток марафонов: vk.me/olympiaclub».

Далее размещено видео с фразами следующего содержания: «СЫКТЫВКАР», «ЛУЧШИЙ ЖЕНСКИЙ ФИТНЕС КЛУБ», «ЭФФЕКТИВНЫЕ ТРЕНИРОВКИ», «БЫСТРЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ», «ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД», «СИЛЬНОЕ КОМЬЮНИТИ», «ЗАПОМНИ НАС!», «ФИТНЕС КЛУБ «ОЛИМПИА» КАРЛА МАРКСА, 129».

В соответствии с положениями, установленными пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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.

Вышеуказанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в сети Интернет в социальной сети «ВКонтакте»;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – женскому фитнес клубу «Олимпия», фитнес марафонам, формирование или поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Учитывая вышеизложенное, указанная информация является рекламой (далее – рассматриваемая реклама).

В ходе проведения наблюдения установлено, что вышеуказанная реклама распространялась, в том числе 20.12.2023, 17.01.2024.

В силу п. 1 ч. 3 ст. 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 п. 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего. 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, 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).

В рассматриваемой рекламе, а именно, в видеоролике, в том числе указано: «ЛУЧШИЙ ЖЕНСКИЙ ФИТНЕС КЛУБ». Таким образом, реклама содержит указание на лучший женский фитнес клуб, тем самым указывая на преимущество рекламируемого товара (услуги). Однако реклама не содержит указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

В связи с чем, рассматриваемая реклама распространена с признаками нарушения требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

В силу ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, ответственность несет рекламодатель.

В соответствии с ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч. 6 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Рассматриваемая реклама содержит пометку «Реклама», идентификатор <...> и информацию о рекламодателе: ИП <...>, ИНН <...>.

Как следует из сведений ЕГРИП, фамилия ИП <...> изменена на <...> (дата внесения записи в ЕГРИП – <...>).

Учитывая изложенное, из имеющихся материалов усматривается, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...>.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктом 24 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 011/05/5-31/2024 по признакам нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Признать лицом, участвующим в деле:

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе: ИП <...>, ИНН <...>, ОГРНИП <...>.

3. Назначить дело № 011/05/5-31/2024 к рассмотрению **на 16 февраля 2024 года на 11 часов 00 минут** по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А.

4. **ИП <...> в срок не позднее 14 февраля 2024 года** представить следующие копии документов и письменную информацию:

4.1. О рекламодателе, рекламопроизводителе и рекламораспространителе рассматриваемой рекламы, с указанием по каждому такому лицу: полного наименования, адреса места нахождения – для юридических лиц; Ф.И.О., адреса места регистрации – для физических лиц.

4.2. Копии всех документов со всеми изменениями, дополнениями и приложениями (в том числе, приказов, распоряжений, заявок, договоров, счетов, счетов-фактур, платежных поручений, актов выполненных работ, электронной переписки), опосредующих производство и распространение рассматриваемой рекламы.

4.3. Письменные пояснения каждого последовательно совершенного действия, направленного на производство и распространение рассматриваемой рекламы.

4.4. Поясняющие, кто определил содержание рассматриваемой рекламы, ее наполнение, кем, когда и каким образом одобрена (утверждена, согласована) реклама; в случае если реклама не утверждалась и не согласовывалась, представьте соответствующую поясняющую письменную информацию с указанием причин непринятия мер по согласованию.

4.5. О периоде распространения рассматриваемой рекламы, с указанием дат начала и окончания распространения; если распространение продолжается на дату представления ответа – с указанием соответствующей поясняющей информации и даты начала распространения.

4.6. О территории распространения рассматриваемой рекламы (указать субъекты Российской Федерации).

4.7. О причинах распространения рассматриваемой рекламы без учета требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

4.8. Иные документы и письменную информацию, имеющие значение для рассмотрения дела (при наличии).

5. **ИП <...>** вправе (с паспортом) явиться лично и (или) обеспечить явку представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела, либо письменно сообщить о возможности рассмотрения дела в свое отсутствие **в срок до 14 февраля 2024 года**.

Примечание:

При ответе на настоящее определение необходимо соблюдение нумерации пунктов, по приложениям необходимо указать, к какому пункту определения они прилагаются, с указанием номера пункта.

В случае отсутствия документов и письменной информации по отдельным пунктам настоящего определения укажите на их отсутствие с пояснением причин отсутствия и указанием источника, где запрашиваемое может быть получено.

Представленное на определение должно быть подписано уполномоченным лицом, прилагаемые копии надлежащим образом заверены, подтверждена их достоверность и полнота.

В соответствии с ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) – влечет наложение административного штрафа.

Председатель комиссии <...>