

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Сахалинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе: <...>

рассмотрев дело № 08р-22/2013 по признакам нарушения п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 ФЗ «О рекламе», и в соответствии с пп. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

в присутствии:

- индивидуального предпринимателя <...>,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Сахалинской области (далее – Сахалинское УФАС России) в рамках осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 22.10.2013 г. установлен факт распространения в газете «Визит» от 07.08.2013 г. № 32 (1067) следующей рекламы: «Все самое лучшее! Поступление коллекции «Школа», Обувь из России, Магазин «Пеликан», ТЦ «Колизей», с признаками нарушения п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

По данному факту Сахалинским УФАС России установлено, что заказчиком указанной рекламы является индивидуальный предприниматель <...>.

Определением от 08.11.2013 г. в отношении ИП <...> по признакам нарушения п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе» возбуждено дело № 08р-22/2013, которое назначено к рассмотрению на 14.11.2013 г.

На заседании Комиссии 14.11.2013 г. ИП <...> пояснила, что факт нарушения законодательства о рекламе признает, нарушение допустила в связи с тем, что не знакома с законодательством о рекламе.

Исследовав документы, имеющиеся в материалах дела, а также заслушав ответчика, Комиссией Сахалинского УФАС России установлено следующее.

Отношения в сфере рекламы независимо от места её производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской

Федерации, регулируются ФЗ «О рекламе».

П. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе» установлено, что рекламой является 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 в соответствии с п. 2 ст. 3 ФЗ «О рекламе» понимается 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.

В силу п. 1 ч. 2 ст. 5 ФЗ «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно п. 1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «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.

П.29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда от 08.10.2012 г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, что 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.

Согласно толкового словаря С.И. Ожегова слово «самый» при прилагательном образует его превосходную степень.

В соответствии с толковым словарем С.И. Ожегова слово «лучший» означает самого высокого качества, самого хорошего свойства.

Указанное содержание рекламы свидетельствует о превосходстве магазина «Пеликан» над другими магазинами, осуществляющими аналогичную деятельность.

Согласно толкового словаря С.И. Ожегова под превосходством понимается обладание более высокими достоинствами, качествами по сравнению с кем-либо, чем-либо.

В указанной рекламе не указан критерий, согласно которого товары реализуемые данным магазином являются самыми лучшими.

В силу ст. 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Ч. 11 ст. 5 ФЗ «О рекламе» содержит обязательное общее требование к любой рекламе: при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации.

Ответственность за нарушения требований, установленных п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе» несет рекламоатель.

В соответствии с п. 5 ст. 3 ФЗ «О рекламе», рекламоателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно письма ООО «Издательство «Визит» вх. № 6048 от 05.11.2013 г. заказчиком данной рекламы является индивидуальный предприниматель <...>.

В данном случае рекламоателем является ИП <...>.

Руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу индивидуального предпринимателя <...> следующего содержания: «Все самое лучшее! Поступление коллекции «Школа», Обувь из России, Магазин «Пеликан», ТЦ «Колизей», размещенную в рекламно-информационной, общественно-политической еженедельной газете г. Холмска «Визит» в выпуске от 07.08.2013 г. № 32, поскольку в ней нарушены требования п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Сахалинского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса

Российской Федерации об административных правонарушениях.

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