

РЕШЕНИЕ

«26» мая 2015 г.

г. Благовещенск

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

председатель Комиссии: <...>, заместитель руководителя – начальник отдела товарных рынков и рекламы Амурского УФАС России,

члены Комиссии: <...>, главный специалист-эксперт отдела товарных рынков и рекламы Амурского УФАС России, <...>, главный специалист-эксперт указанного отдела, <...>, ведущий специалист – эксперт указанного отдела, <...>, специалист-эксперт указанного отдела,

рассмотрев дело № **P-5/71 2015** по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (нарушение требований установленных пунктом 1 части 3 статьи 5, пунктом 1 части 5 статьи 5, частью 9 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», далее – Закон «О рекламе»)

в присутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: **общества с ограниченной ответственностью «Сфера»**, далее - ООО «Сфера», Общество (<...>); представителя ООО «Сфера» - <...>;

заинтересованного лица – ---, эксперта – ---, переводчика – ---.

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Амурским УФАС России 10.04.2015 <...> установлено распространение, посредством стабильного территориального размещения (в виде рекламного щита), рекламы с текстом следующего содержания:

«салон оптики «Сфера» ЛУЧШИЕ ОПРАВЫ <...> occhiali dil 1934 для красоты и здоровья THE ITALIAN EYEWEAR EXPERT».

Представитель ООО «Сфера», в ходе рассмотрения дела

№ Р-5/71 2015

указала, <...> (нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе»).

<...> (нарушение пункт 1 части 5 статьи 5 Закона «О рекламе»).

Также <...> пояснила, что у Общества отсутствует разрешение, на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, и, в настоящее время рекламные щиты подготовлены к демонтажу (нарушение части 9 статьи 19 Закона «О рекламе»).

Представитель ООО «Сфера» на обозрение Комиссии Амурского УФАС России представила имеющиеся <...>.

Комиссией Амурского УФАС России установлено, что указанная информация, в соответствии пунктом 1 статьи 3 Закона «О рекламе», подпадает под понятие «реклама», поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Объектом рекламирования, в соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона «О рекламе», является ООО «Сфера» и реализуемые им оправы для очков.

Впервые факт распространения рассматриваемой рекламы по вышеуказанному адресу был установлен 26.01.2015 года. <...> 10.04.2015 повторно зафиксирован факт распространения рассматриваемой рекламы путем фотографирования.

Таким образом, Комиссией Амурского УФАС России опровергается утверждение Представителя ООО «Сфера» о том, что названная реклама распространяется с апреля 2015 года.

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.

Факт наличия в рекламе признаков нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе» установлен Комиссией Амурского УФАС России, и не отрицался Представителем ООО «Сфера».

Установлено, что в рассматриваемой рекламе используется слоган «ЛУЧШИЕ ОПРАВЫ», данный слоган расценивается как преимущество рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Из разъяснений Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенных в пункте 29 Постановления от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», следует, 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.

В соответствии с пунктом 1 части 5 статьи 5 Закона «О рекламе», в рекламе не допускается использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации.

Установлено, что в рекламе используются иностранные слова и выражения «...<...> occhiali diil 1934 ...THE ITALIAN EYEWEAR EXPERT».

Следует отметить, что знание иностранного языка не является обязательным для российских граждан. Вместе с тем образовательные программы предоставляют гражданам возможность изучать широкий спектр иностранных языков. Уровень освоения иностранного языка обучающимися обуславливается их индивидуальными способностями, мотивацией к овладению языком, качеством преподавания, практикой использования и прочее и может существенным образом различаться у обучающихся.

Потребителями рекламы являются представители самых разных слоев нашего общества, социального положения, образования и возраста. Для многих из них обучение иностранному языку начинается и заканчивается на ступени обязательного общего образования в общеобразовательном учреждении. При этом известно, что иностранный язык быстро забывается, если им не пользоваться. Соответственно степень владения российскими гражданами иностранным языком может варьироваться от самой низкой до виртуозной. Поэтому использованное в рекламе выражение на иностранном языке потребитель рекламы может не уяснить, и для него рекламная информация будет неполной и искаженной.

Таким образом, отсутствие перевода в рекламе не позволяет каждому потребителю уяснить иностранное выражение и содержание рекламного сообщения полностью, что влечет искажение смысла информации.

В соответствии с частью 9 статьи 19 Закона «О рекламе», установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее также - разрешение), выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в [частях 5, 6, 7](#) настоящей статьи законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления

городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Из представленной информации комитета по управлению имуществом муниципального образования <...> (<...>) следует, что комитетом по управлению имуществом муниципального образования <...> разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций ООО «Сфера» - не выдавались. Также, факт отсутствия разрешения подтвержден Представителем.

Учитывая вышеизложенное, согласно имеющимся материалам дела № Р-5/71 2015 в тексте рекламы усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 1 части 5 статьи 5, части 9 статьи 19 Закона «О рекламе», следовательно, согласно пункту 4 статьи 3 Закона «О рекламе» рассматриваемая реклама является ненадлежащей - несоответствующей требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона «О рекламе», рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 указанного Закона.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона «О рекламе», рекламодателем, изготовителем или продавцом товара, определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы является ООО «Сфера» (<...>).

Установлено, что данная реклама распространялась ООО «Сфера» на территории <...>, в том числе 26.01.2015, 10.04.2015, по адресам: <...>

Комиссией Амурского УФАС России, по совокупности документов установлено, что по вине рекламодателя ООО «Сфера» произошло распространение рассматриваемой рекламы, не соответствующей требованиям пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 1 части 5 статьи 5, части 9 статьи 19 Закона «О рекламе».

Комиссия Амурского УФАС России считает, что ООО «Сфера», являясь рекламодателем вышеназванной рекламы, имело возможность не использовать в рассматриваемой рекламе слоган «ЛУЧШИЕ ОПРАВЫ», что исключило бы нарушение требований установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе»; не использовать в рекламе слова и выражения на иностранном языке: «...<...> occhiali dil 1934 для красоты и здоровья THE ITALIAN EYEWEAR EXPERT», что исключило бы нарушение требований установленных пунктом 1 части 5 статьи 5 Закона «О рекламе»; получить разрешение на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, что исключило бы нарушение части 9 статьи 19 Закона «О рекламе», однако не предпринял для этого соответствующих мер.

Согласно частей 4 и 6 статьи 38 Закона «О рекламе» к лицу, виновному в нарушении требований законодательства о рекламе, необходимо применить меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

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, распространенную ООО «Сфера» <...> <...> в 2015 году, в том числе 10.04.2015 с текстом следующего содержания:

«салон оптики «Сфера» ЛУЧШИЕ ОПРАВЫ <...> occhiali dal 1934 для красоты и здоровья THE ITALIAN EYEWEAR EXPERT»,

поскольку в ней нарушены требования, установленные пунктом 1 части 3 статьи 5, пунктом 1 части 5 статьи 5, частью 9 статьи 19 Закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Сфера» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Амурского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 КоАП РФ.

Решение изготовлено в полном объеме «26» мая 2015 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии