

ИП <...>

№ 7807/04-01 от 17.08.2015 <...>

<...>

РЕШЕНИЕ по делу № 04-01/34-15

«04» августа 2015 года г. Ярославль

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Ярославской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя управления Завьялов М.Ф.,

члены Комиссии – ведущий специалист-эксперт отдела естественных монополий и рекламы Солодяшкин С.Д., специалист-эксперт Бочарова А. В.,

рассмотрев дело № 04-01/34-15 по признакам нарушения законодательства о рекламе по факту размещения рекламы ИП <...> с признаками нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – Индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП <...>), место регистрации: <...>, в лице <...> по доверенности от 15.06.2015 г.,

УСТАНОВИЛА:

Ярославским УФАС России в связи с поступившим 29 апреля 2015 года запросом редакции газеты «Городские новости» 08 мая 2015 года выявлен факт размещения информации следующего содержания: «ТОЛЬКО ЛУЧШЕЕ КИНО ПО САМЫМ ДОСТУПНЫМ ЦЕНАМ», расположенной над входом в кинотеатр «Родина» по адресу: г. Ярославль, ул. Республиканская, д. 7А.

Дело возбуждено по признакам нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), поскольку в данной рекламе содержатся некорректные сравнения

рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также содержатся не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Представитель ИП <...> пояснил, что не согласен с вменяемым правонарушением, считает, что реклама некорректных сравнений и несоответствующих действительности сведений не содержит.

Согласно пункту 1 части 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Исходя из содержания рассматриваемой информации, она адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к услугам показа фильмов в кинотеатре «Родина», формирование и поддержание интереса к этим услугам и продвижения их на рынке, и, следовательно, эта информация является рекламной.

В соответствии с частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

На основании пункта 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.

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.

Указание в рекламе «лучшее кино» означает, что фильмы в других кинотеатрах, такой характеристикой не обладают и не относятся к числу «лучших». При этом словосочетание «лучшее кино» используется без указания конкретных критериев, по которым осуществляется сравнение.

Также указание «по самым доступным ценам» означает, что цены в других кинотеатрах, такой характеристикой не обладают и не относятся к числу «самых доступных». Оснований для такого утверждения в рекламе также не указано.

Следовательно, в данном случае имеет место некорректное сравнение рекламируемых услуг показа фильмов в кинотеатре «Родина» и цен на данные услуги по сравнению с другими кинотеатрами.

Индивидуальный предприниматель <...> в ответ на запрос Ярославского УФАС

России (вх. 5814 от 08.06.2015) в ходе проведения внеплановой документальной проверки в отношении данного лица представил следующие пояснения. Рекламный баннер с текстом «ТОЛЬКО ЛУЧШЕЕ КИНО ПО САМЫМ ДОСТУПНЫМ ЦЕНАМ» был размещен над входом в кинотеатр «Родина» в рамках рекламной акции по продвижению скидочных дней (вторник и среда), в течение которых действует специальное ценовое предложение на самые популярные категории фильмов (по версии подписчиков официальной группы кинотеатра «Родина» в социальной сети vkontakte.ru). Согласно условиям акции, зрители своим голосованием еженедельно выбирают лучший фильм из текущего репертуара кинотеатра, на который действует минимально допустимая цена (100 рублей на фильмы 2-D-формата, 150 рублей-3D формата). Распечатанные скриншоты опросов за 6 марта 2015 г. и 2 апреля 2015 г. прилагаются. Указанный баннер над центральным входом в кинотеатр предполагалось разместить исключительно на период действия данной акции, продолжительность которого формировалась исключительно на период действия данной акции, продолжительность которого формировалась исходя из экономической ситуации в кинотеатре.

Тем не менее, в рассматриваемой рекламе какие-либо подобные дополнительные сведения отсутствуют.

Доказательств указанных в рекламе преимуществ кинотеатра «Родина» по отношению к другим кинотеатрам ИП <...> также не представлено.

В Постановлении Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" указано, что 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.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит утверждение «ТОЛЬКО ЛУЧШЕЕ КИНО ПО САМЫМ ДОСТУПНЫМ ЦЕНАМ», без указания каких-либо критериев и параметров, на основании которых сделано данное утверждение, без указания сведений, свидетельствующих о его достоверности, что является нарушением пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований частей 2, 3 статьи 5 Закона несет рекламодатель.

Пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» определено, что рекламодатель — изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В качестве приложений к ранее указанным пояснениям (вх. 5814 от 08.06.2015) индивидуальным предпринимателем <...> представлены копия акта № 240 от 06 мая 2015 г., а также копия платежного поручения № 173 от 06.05.2015 г. Согласно данным документов заказчиком печати перетяжки с рассматриваемой рекламой и плательщиком выступает индивидуальный предприниматель <...>, а исполнителем и получателем оплаты по счету является ООО РА «Хэд Мэйд про».

Также ИП <...> представил следующие документы (вх. № 7630 от 29.07.2015): заверенную копию счета на оплату № 79 от 16 февраля 2015 г., выставленного ООО РА «Хэд Мэйд про», заверенную копию платежного поручения № 83 от 24 февраля 2015 г. Дополнительно представлены пояснения, согласно которых письменный договор на изготовление и размещение рассматриваемой рекламы между ИП <...> и ООО РА «Хэд Мэйд про» отсутствует. Все согласования макета производились посредством электронной почты, какие-либо письменные доказательства отсутствуют. Акта приема-сдачи выполненных работ не подписывали. На данный момент, указанный рекламный баннер снят (фото прилагается).

Следовательно, именно индивидуальный предприниматель <...> является лицом, определившим объект рекламирования и содержание рекламы, и в соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

Ответственность за нарушение требований пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Индивидуальный предприниматель <...> заявил о прекращении распространения рассматриваемой рекламы.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 4, 37-42, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: «ТОЛЬКО ЛУЧШЕЕ КИНО ПО САМЫМ ДОСТУПНЫМ ЦЕНАМ», расположенную над входом в кинотеатр «Родина» по адресу: г. Ярославль, ул. Республиканская, д. 7А, поскольку в данном случае нарушены требования пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Предписание индивидуальному предпринимателю <...> о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать в связи с добровольным устранением нарушений.

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

Решение изготовлено в полном объеме «13» августа 2015 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии М.Ф. Завьялов

Члены Комиссии: С.Д. Солодяшкина

