

РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/5-281/2023

05 апреля 2023 года

город Омск

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

председатель Комиссии – <...>, заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 055/05/5-281/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения индивидуальным предпринимателем <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>, далее - ИП <...>) требований 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 ИП <...> (ходатайство 05.04.2023 № 3086-ЭП/23)

УСТАНОВИЛА:

В результате проведения 02.02.2023 мероприятий по контролю за соблюдением обязательных требований Федерального закона «О рекламе» Омским УФАС России установлен факт распространения на фасаде здания (магазин «Продукты»), расположенного по адресу: г. Омск, ул. 10-я Чередовая, д. 26 Б, информации следующего содержания: *САМЫЕ НИЗКИЕ ЦЕНЫ! DESSERT CLUB МАНГО ИЗ 100% НАТУРАЛЬНОГО ПЮРЕ АЙСГРУПП*.

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.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом, в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение к товарам, реализуемым в данном торговом павильоне (мороженое).

Одновременно реклама содержит утверждение *«САМЫЕ НИЗКИЕ ЦЕНЫ»*.

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

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 постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее – постановление Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации № 58) отмечено, 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.**

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.

В вышеуказанной рекламе использовано утверждение «САМЫЕ НИЗКИЕ ЦЕНЫ», которое в нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не сопровождалось указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

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 № 58 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. 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 оказываемых услуг не противоречит законодательству о рекламе, в случае если такое преимущество подтверждено документально.

В рассматриваемой рекламе содержится некорректное сравнение - сопоставление исключительности цен по отношению к другим участникам рынка (конкурентам).

Некорректность сравнения цен с ценами на аналогичные товары (услуги), реализуемые другими продавцами, следует из того, что формируется общая оценка более выгодных условий оказания услуг перед конкурентами.

Использованное словосочетание «САМЫЕ НИЗКИЕ ЦЕНЫ» предполагает, что рекламируемые таким способом товары должны быть востребованы со стороны потребителей с точки зрения их низкой цены. Указанная реклама свидетельствует о том, что ни один другой участник рынка не имеет таких цен на рекламируемые товары.

Таким образом, в указанной рекламе усматриваются признаки нарушения требований пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно информации, размещенной в «уголке потребителя», деятельность в магазине «Продукты» осуществляет ИП <...>.

На запрос Омского УФАС России ИП <...> пояснила следующее: «...я находилась в длительной командировке в другом городе и могу предположить только, что данная незаконная реклама была размещена в мое отсутствие, предположительно в ночное время, чтобы избежать свидетелей.

Кроме меня нет уполномоченных сотрудников, которые осматривают фасад здания, никто из контрагентов не обращался ко мне с просьбой разместить рекламу их продукции данного содержания... **Нарушения устранены, фото прикрепляю...**».

Определением Омского УФАС России от 14.03.2023 в отношении ИП <...> возбуждено дело по признакам нарушения пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В силу пункта 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Исходя из определения, данного в пункте 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ИП <...> является рекламодателем.

На основании части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2 и пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Рассмотрев материалы дела, пояснения ИП <...>, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ИП <...> требований пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы на фасаде здания (магазин «Продукты»), расположенного по адресу: г. Омск, ул. 10-я Чередовая, д. 26 Б.

Учитывая, что в настоящее время вышеуказанная реклама не распространяется, что подтверждается представленными в адрес Омского УФАС России фотоснимками, Комиссией принято решение об отсутствии необходимости в выдаче ИП <...> предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь статьями 33, 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 42-55 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: «САМЫЕ НИЗКИЕ ЦЕНЫ! DESSERT CLUB МАНГО ИЗ 100% НАТУРАЛЬНОГО ПЮРЕ АЙСГРУПП», распространенную ИП <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>) 02.02.2023 на фасаде здания (магазин «Продукты»), расположенного по адресу: г. Омск, ул. 10-я Чередовая, д. 26 Б, ненадлежащей, нарушающей требования пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ИП <...> не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 05.04.2023.

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

Председатель Комиссии<...>

Члены Комиссии: <...>