

ИП

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть решения оглашена 16.06.2017 года.

В полном объеме решение изготовлено 19.06.2017 года.

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

Председатель
Комиссии:– заместитель руководителя
управления-начальник отдела естественных
монополий и рекламы,

.....– заместитель начальника отдела
естественных монополий и рекламы,

Члены Комиссии:- государственный инспектор отдела
естественных монополий и рекламы,

.....– государственный инспектор отдела
естественных монополий и рекламы,

рассмотрев дело № 60, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (положение пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», далее по тексту Закона, ФЗ «О рекламе») по факту распространения рекламы, несоответствующей требованиям Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителя по доверенности (от 14.06.2017)лицо уведомлено надлежащим образом;

УСТАНОВИЛА:

Сотрудниками Брянского УФАС России в мае 2017г. на первом этаже в торгово-развлекательном центре «Аэро Парк» (расположенном по адресу: г.Брянск, ул. Объездная, 30) была обнаружена реклама следующего содержания: 1. «Веревочный парк 3 уровня сложности, Батутный парк 34 батута, 5 м. для фристайла, Скалором 10 м высота. Новый корпус 3 этаж, САМЫЙ БОЛЬШОЙ ЭКСТРИМ ПАРК В БРЯНСКЕ АТМОСФЕРА ЭКСТРИМ-ПАРК». 2. «Веревочный парк 3 уровня сложности, Батутный парк 34 батута, 5 м. для фристайла, Скалором 10 м высота. Новый корпус 3 этаж, САМЫЙ БОЛЬШОЙ ЭКСТРИМ ПАРК АТМОСФЕРА ЭКСТРИМ-ПАРК».

Также, аналогичная рекламная информация размещена в открытой социальной сети «ВКонтакте» на странице «Атмосфера экстрим-парк Брянск» (<https://vk.com/atmoaeropark>), в которой имеется утверждение о том, что Атмосфера экстрим-парк САМЫЙ БОЛЬШОЙ ЭКСТРИМ-ПАРК.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года (далее Закона о рекламе, ФЗ «О рекламе») реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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; под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из способа и формы размещения, рассматриваемая информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, способствует формированию интереса к нему и его продвижению на рынке, то есть соответствует всем

признакам рекламы, установленным [пунктом 2 статьи 3](#) Федерального закона N 38-ФЗ. Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона «О рекламе» ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе» 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, должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

В указанной рекламе ни критерия, ни подтверждения сравнения не содержится. Утверждение «Самый большой», «Выбери лучшее» ничем не подтверждается.

Таким образом, указанная реклама содержит признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», в соответствии с которой недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: в том числе о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона «О рекламе» ответственность за размещение рекламы с нарушением требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодаделец.

В соответствии со статьей 3 указанного закона рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное лицо, определившее объект рекламирования.

Лицом, осуществляющим деятельность экстрим-парка «Атмосфера» в ТРЦ «Аэро Парк» (в соответствии с ответом на запрос ООО «Регион ТРЦ» исх. №4917 от 03.05.2017г.) является ИП.... Таким образом,..... является рекламодателем данной информации.

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.

Таким образом, в данной рекламной информации имеются признаки

нарушения законодательства о рекламе, которые не соответствуют требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

На основании изложенного, Комиссия пришла к следующим выводам:

1. Информация, размещенная на первом этаже в торгово-развлекательном центре «Аэро Парк» (расположенном по адресу: г.Брянск, ул. Объездная, 30) следующего содержания: 1. «Веревочный парк 3 уровня сложности, Батутный парк 34 батута, 5 м. для фристайла, Скалором 10 м высота. Новый корпус 3 этаж, САМЫЙ БОЛЬШОЙ ЭКСТРИМ ПАРК В БРЯНСКЕ АТМОСФЕРА ЭКСТРИМ-ПАРК». 2. «Веревочный парк 3 уровня сложности, Батутный парк 34 батута, 5 м. для фристайла, Скалором 10 м высота. Новый корпус 3 этаж, САМЫЙ БОЛЬШОЙ ЭКСТРИМ ПАРК АТМОСФЕРА ЭКСТРИМ-ПАРК», Также, аналогичная рекламная информация размещена в открытой социальной сети «ВКонтакте» на странице «Атмосфера экстрим-парк Брянск» (<https://vk.com/atmoaeropark>), в которой имеется утверждение о том, что Атмосфера экстрим-парк САМЫЙ БОЛЬШОЙ ЭКСТРИМ-ПАРК»- является рекламной.
2. Данная рекламная информация не соответствует требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 законодательства о рекламе.
3. ИП... является рекламодателем данной рекламы.
4. ИПвыдать предписание о нарушении законодательства о рекламе.

Руководствуясь п. 1 части 2 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 рекламу размещенную на первом этаже в торгово-развлекательном центре «Аэро Парк» (расположенном по адресу: г.Брянск, ул. Объездная, 30) следующего содержания: 1. «Веревочный парк 3 уровня сложности, Батутный парк 34 батута, 5 м. для фристайла, Скалором 10 м высота. Новый корпус 3 этаж, САМЫЙ БОЛЬШОЙ ЭКСТРИМ ПАРК В БРЯНСКЕ АТМОСФЕРА ЭКСТРИМ-ПАРК». 2. «Веревочный парк 3 уровня сложности, Батутный парк 34 батута, 5 м. для фристайла, Скалором 10 м высота. Новый корпус 3 этаж, САМЫЙ БОЛЬШОЙ ЭКСТРИМ ПАРК АТМОСФЕРА ЭКСТРИМ-ПАРК», Также, аналогичная рекламная информация размещена в открытой социальной сети «ВКонтакте» на странице «Атмосфера экстрим-парк Брянск»

(<https://vk.com/atmoaeropark>), в которой имеется утверждение о том, что Атмосфера экстрим-парк САМЫЙ БОЛЬШОЙ ЭКСТРИМ-ПАРК, ненадлежащей, так как она не соответствует требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе".

2. ИП....выдать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела должностному лицу для принятия решения о возбуждении административного производства по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Решение изготовлено в полном объеме «19» июня 2017 г.

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

Председатель Комиссии:

Члены Комиссии:.....

ИП

ПРЕДПИСАНИЕ
О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«16» июня 2017 г.
Брянск

г.

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

председателя Комиссии:

....– заместитель руководителя управления- начальник отдела естественных монополий и рекламы

членов Комиссии:

.....– заместитель начальника отдела естественных монополий и рекламы,

.....– государственный инспектор отдела естественных монополий и рекламы,

.....– государственный инспектор отдела естественных монополий и рекламы,

на основании своего решения от «16» июня 2017 г. по делу №60 в отношении ИП о признании ненадлежащей рекламы «Экстрим парка «Атмосфера»,

в присутствии представителя по доверенности (от 14.06.2017), лицо уведомлено надлежащим образом ;

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП..... прекратить размещение ненадлежащей рекламы, с нарушением требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе», выразившееся в распространении на рекламе «Экстрим парка «Атмосфера» утверждения «Самый большой» без объективного подтверждения данного критерия, в срок исполнения предписания до 30 июня 2017г.
2. ИП..... представить в Брянское УФАС России доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 30 июня 2017 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Брянское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

(в ред. Федерального закона от 22.06.2007 № 116-ФЗ).

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в течение трех месяцев.

Председатель Комиссии:

.....

Члены Комиссии:

.....