

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председателя Комиссии: <...> <...><...> в отсутствие:

заявителя физического лица;

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства: ИП <...>

рассмотрев материалы дела № 68/04-17р по факту нарушения ИП <...> пункта 4 части 2, части 7 статьи 5, части 9 статьи 19, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») при размещении информации следующего содержания: «*Проверено. <...>*

#### УСТАНОВИЛА:

В Кировское УФАС России поступило обращение физического лица (вх. 5962к от 28.08.2017 г.) о нарушении, по мнению заявителя, законодательства о рекламе при размещении информации следующего содержания: «*Проверено. Низкие цены. <... >/*

Определением от 13.10.2017 возбуждено дело № 68/04-17р в отношении индивидуального предпринимателя <...>, рассмотрение назначено на 09.11.2017.

Изучив материалы дела, комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация следующего содержания: «*ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ. <...>*», размещенная на конструкциях около магазина «<...>» по адресу: г. Киров, у<...>, адресована неопределенному кругу лиц (пешеходам, идущим вблизи нахождения рекламных баннеров, водителям), поскольку распространена посредством наружной рекламы, направлена на привлечение внимания потребителей к объекту рекламирования (магазинам «<...>»), способствует формированию интереса к рекламируемым товарами и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

В соответствии с п. 1 ч. 3 ст. 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 п. 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъяснено, 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.

При рассмотрении дела установлено, что рекламируемый товар - <...>. <...> реализовывался в других розничных магазинах города Кирова на даты фиксации рекламы (<...>) по цене, ниже, чем заявлено в рекламе, а именно по цене <...>, следовательно, цена на указанный товар не является «лучшей», при оценке товара по критерию его цены, как указано в рекламе.

Вышеуказанная рекламная информация содержит нарушение п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», так как в спорной рекламной информации отсутствует конкретный критерий, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение фразы «*ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ*», следовательно, информация содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара (<...> перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами).

С учетом вышеизложенного, информация: «*ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ*. <...>», является недостоверной, не соответствует требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку информация о преимуществах рекламируемого товара, реализуемого в магазинах «<...>» не подтверждена документально, в рекламе не указано, по какому критерию цены в магазине «<...>» на товар <...> являются лучшими, низкими

В силу [части 7 статьи 5](#) Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Использование в рекламе формулировок «*Проверено. Низкие цены*», «*Лучшие цены*» предполагает, что рекламируемые таким способом товары должны быть востребованы со стороны потребителей с точки зрения их низкой и лучшей цены. Указанная реклама свидетельствует о том, что ни один другой магазин не имеет

таких цен на рекламируемые товары. В рекламной информации не указан конкретный критерий, по которому цены в магазине «<...>» являются «низкими», «лучшими», поскольку отсутствие данной информации вводит потребителей в заблуждение.

Таким образом, реклама: «*ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ*. <...>» не соответствует части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку используемое в рекламе слово «проверено» в сочетании с фразой «низкие цены», а также фраза «лучшие цены» без подтверждения и обоснования, с указанием цен на рекламируемые товары вводит потребителей в заблуждение.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований п.1 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель (рекламодатель (изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо).

Из документов, представленных в материалы дела, деятельность по адресам: г. <...> осуществляет ИП <...>, что подтверждается договорами аренды на занимаемые помещения <...>.

Исследовав материалы дела, комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу, что рекламодателем рекламы следующего содержания: «*ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ*. <...>, исходя из понятия, установленного статьей 3 Федерального закона «О рекламе», является индивидуальный предприниматель <...>, который несет ответственность за нарушение требований п. 1 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодатель, определивший содержание и разместивший рекламу: «*Проверено*. <...>» на конструкциях по адресам: г. Киров, ул.<...>, антимонопольным органом при рассмотрении дела не установлен.

Согласно пункту 4 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

Согласно части 9 статьи 19 Федерального 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.

Факт нарушения пункта 4 части 2 статьи 5, части 9 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» в спорной рекламе не нашел своего подтверждения.

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения спорная реклама не размещается, Комиссия решила предписание ИП <...> о прекращении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

На основании ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь ст. 3, ст. 5, ст. 19, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «*ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ.* <...> размещенную на конструкциях около магазинов «<...>» по адресам: г. Киров, <...>, так как она противоречит пункту 1 части 3 статьи 5, [части 7 статьи 5](#) Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание ИП <...> о прекращении нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, [части 7 статьи 5](#) Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» не выдавать.

3. В отношении ИП <...> дело по признакам нарушения пункта 4 части 2 статьи 5, части 9 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» прекратить в связи с неподтверждением в его действиях факта нарушения.

4. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ИП <...> *Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, в суд общей юрисдикции в порядке, предусмотренном ст. 131 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации.*