

РЕШЕНИЕ по делу № 027/05/5-601/2019

27 сентября 2019 года г. Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:<...>,

рассмотрев дело № 027/05/5-601/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения индивидуальным предпринимателем Безруковой В.В.(место жительства: 680547 Хабаровский край, Хабаровский район, с. Федоровка) рекламы, нарушающей требования пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

в присутствии индивидуального предпринимателя Безруковой В.В.,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Хабаровского УФАС России поступило заявление (вх. № 4/9614/1 от 15.08.2019) о признаках нарушения требований рекламного законодательства при распространении наружной рекламы цветочного павильона «ХабЦветТорг», расположенного на остановке «Кубяка» по ул. Пионерская в г. Хабаровске.

На фасадах указанного цветочного павильона размещается реклама следующего содержания: *«ХабЦветТорг» Роза до 79 руб. 944-988 Скидки. Акции. Подарки. Maksim_flowers».*

Заявитель, заинтересовавшись рекламой, 14 августа 2019 года приобрел в цветочном павильоне «ХабЦветТорг», расположенном на остановке «Кубяка» по ул. Пионерская в г. Хабаровске, три розы за 267,00 рублей (89,00 рублей за штуку). Согласно кассовому чеку продавцом товара является индивидуальный предприниматель Безрукова В.В.

В соответствии с пунктом 4 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Указание в рекламе максимальной цены за розу (до 79 руб.) свидетельствует о наличии в продаже роз меньшей стоимостью и об отсутствии роз стоимостью выше 79 рублей за штуку.

Фактическая реализация заявителю товара по цене выше, заявленной в рекламе, свидетельствует о размещении недостоверной информации, что вводит потребителей рекламы в заблуждение, создавая искаженное представление о стоимости предлагаемых товаров, и является нарушением, предусмотренным пунктом 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 4 части 3 статьи 5 Закона несет рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее

объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В ходе подготовки материалов дела Хабаровским УФАС России сделан запрос в департамент муниципальной собственности администрации г. Хабаровска (исх. № 4/7756 от 15.08.2019г.) о предоставлении сведений о владельце вышеназванной рекламной конструкции с приложением разрешительной документации.

В соответствии с ответом на запрос (вх. № 4/10196 от 28.08.2019) – рекламные конструкции, размещенные на цветочном павильоне «ХабЦветТорг», расположенном на остановке «Кубяка» по ул. Пионерская в г. Хабаровске, установлены и эксплуатируются индивидуальным предпринимателем Безруковой В.В. в соответствии с разрешениями.

Таким образом, рекламодателем (лицом, осуществляющим торговлю цветами в цветочном павильоне «ХабЦветТорг», расположенном на остановке «Кубяка» по ул. Павла Морозова в г. Хабаровске), определившим объект рекламирования, является индивидуальный предприниматель Безрукова В.В. (место жительства: 680547 Хабаровский край, Хабаровский район, с. Федоровка).

В ходе подготовки материалов дела к рассмотрению ИП Безруковой В.В. предоставлены письменные пояснения (вх. 4/11754 от 24.09.2019), согласно которым ИП Безрукова В.В. считает жалобу, на основании которой возбуждено дело, незаконной и необоснованной по следующим основаниям:

Во-первых, в цветочный павильон «ХабЦветТорг», расположенный на остановке «Кубяка», регулярно осуществляются поставки роз по цене до 79 рублей, что подтверждается фотографиями.

Во-вторых, в рекламе, размещенной на фасаде цветочного павильона, указано о скидках, акциях, подарках. Скидки, акции и подарки регулярно проводятся в сети магазинов «ХабЦветТорг».

В-третьих, жалоба заявителя датирована 15 августа 2019 года, вместе с тем, следует обратить внимание, что в социальной сети Инстаграм, являющейся средством массовой информации, а именно в профиле Maksim_flowers, имеется реклама от 13 августа 2019 года, согласно которой 15 августа 2019 года можно приобрести 25 роз по цене 1450 рублей, то есть цена за 1 розу в букете из 25 штук составляет 58 рублей.

В-четвертых, важно обратить внимание на факт отсутствия фотографий роз, приобретенных непосредственно заявителем. Кассовый чек подтверждает лишь покупку на сумму 267 рублей, и велика вероятность, что заявителем приобретены три розы по цене 79 рублей и бант стоимостью 30 рублей, которым они были перевязаны. Кроме того, заявителем сделано несколько фотографий самого магазина, и всего 2 фотографии, которые не отражают полный ассортимент представленных в магазине цветов.

В соответствии с п. 27 Постановления Правительства РФ от 17.08.2016 № 508 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» антимонопольный орган обязан принимать все, предусмотренные законодательством Российской Федерации и настоящими Правилами меры для

всестороннего, полного и объективного выяснения всех обстоятельств дела.

Учитывая вышеизложенное, наружная реклама, размещенная в цветочных павильонах «ХабЦветТорг», по мнению ИП Безруковой В.В., является законной и соответствует требованиям, указанным в пункте 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» - реклама должна быть добросовестной и достоверной.

Таким образом, поскольку факты нарушения законодательства отсутствуют и не подтверждены заявителем, согласно п.п. а п. 36 Правил, ИП Безрукова В.В. просит производство по делу № 027/05/5-601/2019 прекратить.

В ходе рассмотрения дела ИП Безрукова В.В. и ее представитель <...> нарушение не признали, поддержали доводы, изложенные в письменных пояснениях, подтвердив, что в цветочных павильонах «ХабЦветТорг» имеются как розы стоимостью ниже 79 рублей, так и розы стоимостью значительно выше в зависимости от сорта (и метровые, и в колбах, и более богатых сортов, например: «радужные»).

Комиссия отклоняет доводы ИП Безруковой В.В. по следующим основаниям.

В данном случае предметом рассмотрения является конкретная реклама, а именно наружная реклама следующего содержания: *«ХабЦветТорг» Роза до 79 руб. 944-988 Скидки. Акции. Подарки. Maksim_flowers».*

Иная реклама, распространяемая ИП Безруковой В.В., в том числе размещаемая в социальной сети Инстаграм, предметом рассмотрения настоящего дела не являются.

Каждая реклама является самостоятельным объектом анализа на соответствие требованиям законодательства. В каждом конкретном случае рассмотрению подлежит реклама определенного содержания, а не все рекламы в совокупности, размещаемые в рамках массовой рекламной компании.

Размещение различных привлекательных условий в других местах или иными способами не может свидетельствовать о соблюдении рекламного законодательства при распространении рассматриваемой наружной рекламы.

Оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями. Потребитель не обязан сопоставлять содержания разных реклам, проводить их анализ, чтобы добиться верного и полного понимания содержания рекламы.

В соответствии с понятиями, определенными толковыми словарями русского языка семантические свойства, значения предлога «до» определены как:

- перед чем-то, ближе в пространстве или раньше во времени;
- указывает на пространственный, временной или логический предел какой-либо деятельности или действия какого-то явления;
- определяет порог значения.

Существенным в данном случае является предлог **«до»**, определяющий значение

максимального предела стоимости единицы товара. Существительное «предел» в русском языке реализует целый спектр значений, основным из которых является «черта, граница чего-либо».

Таким образом, использование в рекламе фразы «до 79 рублей» подразумевает наличие в продаже роз меньшей стоимостью и отсутствие роз стоимостью выше 79 рублей за штуку.

Проведение различных акций и иных привлекающих потребителей ходов не может свидетельствовать о достоверности рекламы, а является добровольным волеизъявлением продавца и стимулом для выбора потребителем того или иного продавца.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «ХабЦветТорг» **Роза до 79 руб. 944-988 Скидки. Акции. Подарки. Maksim_flowers**», размещаемую в августе 2019 года на фасадах цветочного павильона «ХабЦветТорг», расположенного на остановке «Кубяка» по ул. Пионерская в г. Хабаровске, поскольку в ней нарушены требования пункта 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП Безруковой В.В. обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского 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 27 сентября 2019 года.

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