

РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/5-419/2022

03 августа 2022 года

город

Омск

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

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

члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 055/05/5-419/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения <...> (далее – <...>) рекламы, нарушающей требования 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 <...>, в извещении которой предприняты необходимые меры, законного представителя ООО «П-Л недвижимость» (ходатайство от 03.08.2022 вх. № 7543),

УСТАНОВИЛА:

В результате проведения 10.01.2022 и 16.05.2022 мероприятий по контролю за соблюдением обязательных требований Федерального закона «О рекламе» (выездного обследования) Омским УФАС России выявлен факт распространения на торговом павильоне, расположенном в границах земельного участка с кадастровым номером 55:36:090302:3578 по адресу: г. Омск, ул. 10-я Чередовая, 26, информации следующего содержания: **«САМЫЕ НИЗКИЕ ЦЕНЫ НА СУБПРОДУКТЫ ВЫРЕЗКА СВИНИНА ФАРШ»**.

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 (субпродукты, вырезка и т.д.).

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

преимущества 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, вышеуказанная реклама была распространена с нарушением пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно сведениям из Единого государственного реестра недвижимости об основных характеристиках и зарегистрированных правах на объект недвижимости правообладателем земельного участка с кадастровым номером 55:36:090302:3578 является ООО «П-Л недвижимость» (№ гос. регистрации 55-55-01/002/2011-041 от 09.02.2011).

На запрос Омского УФАС России ООО «П-Л недвижимость» представлена информация, согласно которой «...торговый павильон, расположенный в границах земельного участка с кадастровым номером 55:36:090302:3578 по адресу: г. Омск, ул. 10-я Чередовая, 26, с размещенной на нем информацией «Самые низкие цены», передан в аренду 19 марта 2021 года <...>».

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», <...> 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».

Определением Омского УФАС России от 23.05.2022 в отношении <...> возбуждено дело № 055/05/5-419/2022 по признакам нарушения требований пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе». Заседание Комиссии по рассмотрению дела было назначено на 16.06.2022 в 15:30 часов. Копия определения направлена по адресу регистрации <...> заказным письмом с уведомлением от 23.05.2022 № 06-4210, однако, согласно основанию информации, размещенной на официальном сайте ФГУП «Почта России» (<http://www.russianpost.ru>), указанное письмо Омского УФАС России (почтовый идентификатор отправления 64401065745406) <...> получено не было и на момент рассмотрения дела находилось в почтовом отделении с отметкой от 26.05.2022 - «Неудачная попытка вручения».

Определением Омского УФАС России от 16.06.2022 срок рассмотрение настоящего дела был продлен, рассмотрение отложено на 03.08.2022 в 15:00 часов. Копия определения направлена по юридическому адресу ООО «П-Л недвижимость» и по адресу регистрации <...> заказным письмом с уведомлением от 16.06.2022 № 06-4948. Согласно уведомлению о вручении ООО «П-Л недвижимость» указанное письмо получено 20.06.2022.

На основании информации, размещенной на официальном сайте ФГУП «Почта России» (<http://www.russianpost.ru>), <...> письмо Омского УФАС России (почтовый идентификатор отправления 64401065750509) получено не было и 19.07.2022 возвращено отправителю.

В пункте 63 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.06.2015 № 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» указано, что «...По смыслу пункта 1 статьи 165.1 ГК РФ юридически значимое сообщение, адресованное гражданину, должно быть направлено по адресу его регистрации по месту жительства или пребывания либо по адресу, который гражданин указал сам (например, в тексте договора), либо его представителю (пункт 1 статьи 165.1 ГК РФ).

При этом необходимо учитывать, что гражданин, индивидуальный предприниматель или юридическое лицо несут риск последствий неполучения юридически значимых сообщений, доставленных по адресам, перечисленным в абзацах первом и втором настоящего пункта, а также риск отсутствия по указанным адресам своего представителя.

Гражданин, сообщивший кредиторам, а также другим лицам сведения об ином месте своего жительства, несет риск вызванных этим последствий (пункт 1 статьи 20 ГК РФ). Сообщения, доставленные по названным адресам, считаются полученными, даже если соответствующее лицо фактически не проживает (не находится) по указанному адресу».

В части 1 статьи 165.1 Гражданского Кодекса Российской Федерации установлено, что заявления, уведомления, извещения, требования или иные юридически значимые сообщения, с которыми закон или сделка связывает гражданско-правовые последствия для другого лица, влекут для этого лица такие последствия с момента доставки соответствующего сообщения ему или его представителю.

Сообщение считается доставленным и в тех случаях, если оно поступило лицу, которому оно направлено (адресату), но по обстоятельствам, зависящим от него, не было ему вручено или адресат не ознакомился с ним.

Таким образом, Омским УФАС России предприняты достаточные меры по надлежащему извещению <...> о времени и месте рассмотрения дела № 055/05/5-419/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Рассмотрев материалы дела, пояснения ООО «П-Л недвижимость», Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении <...> требований пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы 10.01.2022 и 16.05.2022 на торговом павильоне, расположенном в границах земельного участка с кадастровым номером 55:36:090302:3578 по адресу: г. Омск, ул. 10-я Чередовая, 26.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы, в целях обеспечения реализации права потребителя на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства о рекламе.

В силу пункта 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Учитывая пояснения ООО «П-Л недвижимость» о том, 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 <...> 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 НА СУБПРОДУКТЫ ВЫРЕЗКА СВИНИНА ФАРШ**», распространенную 10.01.2022 и 16.05.2022 <...> на торговом павильоне, расположенном в границах земельного участка с кадастровым номером 55:36:090302:3578 по адресу: г. Омск, ул. 10-я Чередовая, 26, 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 <...> не выдавать.

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

Решение изготовлено в полном объеме 03.08.2022.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>