

Комиссия Карельского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе: <...>.

рассмотрев дело № 03-02/09-2017, возбужденное в отношении ИП <...>. (ОГРНИП 315100100022934; ИНН: 100402777424; адрес: «...») по признакам нарушения пункта 1 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе», Закон) в рекламе, размещенной в газете «Новости Костомукши» с нарушением требований законодательства о рекламе, в отсутствие ИП <...>., заявителя, надлежащим образом уведомленных о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

В Карельское УФАС России поступила жалоба ИП <...>. по факту размещения рекламы с нарушением требований законодательства о рекламе следующего содержания: «первый блок: «НАТЯЖНЫЕ ПОТОЛКИ любой сложности 510 руб./кв. м; Окна ПАНОРАМА Дешевле чем у конкурентов! Позвони! Сравни! Убедись!»; второй блок: «Телефон: 8 911 410 89 44 Группа ВКонтакте: vk.com/panoramaoknakostomuksha»; третий блок: «ПЛАСТИКОВЫЕ ОКНА для дома и дачи МЕЖКОМНАТНЫЕ ДВЕРИ Все виды строительных работ» (газета «Новости Костомукши» от 29 сентября 2016 года № 35 на странице 8; далее – реклама).

В ходе рассмотрения заявления установлены следующие обстоятельства.

Издателем газеты «Новости Костомукши» является Муниципальное бюджетное учреждение «Муниципальный архив и Центральная библиотека Костомукшского городского округа» (Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ТУ 10 – 00294 от 29 апреля 2014 года) (далее также Учреждение), которое отвечая на запрос Карельского УФАС России от 08 декабря 2016 года № 03-01/146/4641, в письме от 13 декабря 2016 года № 1070 (вх. от 19 декабря 2016 года № 5636) сообщило о невозможности предоставления счета, счета – фактуры в силу того, что рекламодатели производят оплату за услуги по размещению рекламы через кассу Учреждения. Договор оказания услуг по размещению рассматриваемой рекламы в газете «Новости Костомукши» также не представлен, поскольку находится на подписании у контрагента.

Кроме того, Учреждением были представлены копия заявки на размещение макета рассматриваемой рекламы и экземпляры выпусков газеты «Новости Костомукши» от 29 сентября 2016 года, 06 октября 2016 года, 13 октября 2016 года, 20 октября 2016 года, 27 октября 2016 года, 03 ноября 2016 года, 10 ноября 2016 года, 17 ноября 2016 года, в которых она размещена.

В своих пояснениях МБУ «Муниципальный архив и Центральная библиотека Костомукшского городского округа» пояснило, что заявку на размещение рассматриваемого рекламного блока направил Антон Штанов (телефон: 89114108944; личная страница социальной сети «В Контакте» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу: <https://vk.com/im?peers=c11&sel=90676366>; группа в социальной сети «В Контакте»

по адресу: <https://vk.com/panoramaoknakostomuksha>).

По результатам рассмотрения заявления определением от 18 января 2017 года «О возбуждении дела № 03-02/09-2017 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» было возбуждено настоящее дело и назначено к рассмотрению на 11 часов 30 минут 09 февраля 2017 года.

В письме от 27 января 2017 года № 56 МБУ «Муниципальный архив и Центральная библиотека Костомукшского городского округа» ходатайствовало о рассмотрении дела в отсутствие своего представителя, пояснив при этом, что в соответствии с договором оказания услуг от 19 июля 2017 года № 4/2016-Н (далее – договор) рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...>.

Пунктом 32 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 года № 508 (далее – Правила № 508), в случае если при подготовке дела к рассмотрению или во время рассмотрения дела антимонопольным органом будет установлено, что решение по делу может быть вынесено в отношении ненадлежащего лица, антимонопольный орган обязан по ходатайству лиц, участвующих в деле, либо по собственной инициативе принять решение о замене такого лица. В этом случае рассмотрение дела откладывается.

Согласно пункту 34 Правил № 508 рассмотрение дела может быть отложено антимонопольным органом с указанием даты и времени его рассмотрения, в случае необходимости замены ненадлежащего лица надлежащим лицом в соответствии с пунктом 32 настоящих Правил.

Комиссией Карельского УФАС России на основании представленных Учреждением сведений принято решение о замене ненадлежащего лица - МБУ «Муниципальный архив и Центральная библиотека Костомукшского городского округа», надлежащим лицом – ИП <...>. (ОГРНИП 315100100022934; ИНН: 100402777424; адрес: <...>).

Определением от 09 февраля 2017 года «Об отложении рассмотрения дела № 03-02/09-2017 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и продлении срока его рассмотрения» настоящее дело было назначено к рассмотрению на 11 часов 00 минут 10 марта 2017 года и продлен срок его рассмотрения до 17 марта 2017 года.

09 марта 2017 года ИП <...>. предоставлены письменные пояснения, в которых он признал, что является рекламодателем рассматриваемой рекламы, нарушившим пункт 1 части 3, часть 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» признает, ходатайствовал о рассмотрении дела в его отсутствие.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия пришла к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и 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.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в периодическом печатном средстве массовой информации, а именно, в газете «Новости Костомукши»;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- имеет контактную информацию;
- обращает внимание на услуги по установке натяжных потолков, оказываемые Компанией «Окна панорама» по цене «Дешевле чем у конкурентов!»;
- направлена на формирование у потребителей желания приобрести услуги по установке натяжных потолков в Компании «Окна панорама», продвигая данный товар на рынке реализации аналогичных товаров.

Таким образом, указанная информация, размещенная в газете «Новости Костомукши», является рекламой.

В статье 3 ФЗ «О рекламе» определено, что реклама - информация, распространенная 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; объект рекламирования – товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

По определению пункта 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» определено, что 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.

Частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» определено, что 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.

При этом в рекламе существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

При оценке данной рекламы на соответствие требованиям ФЗ «О рекламе» установлено следующее.

Текст рассматриваемой рекламы содержит утверждение «Дешевле чем у конкурентов!», однако потребитель данной рекламы не может располагать

сведениями о том, с какими продавцами и ценами проведено сравнение цены на услугу по установке натяжных потолков, которую можно приобрести в Компании «Окна панорама» по цене «Дешевле чем у конкурентов!».

Об этих обстоятельствах, потребителю рекламы, вероятно, возможно узнать при непосредственном обращении к продавцам-консультантам (представителям) Компании «Окна панорама» или провести самостоятельный сравнительный анализ ценовых параметров на товарном рынке, реализующих аналогичную продукцию.

В данном случае, использование в рекламе неточных высказываний или преувеличений относительно ценовых параметров товара может ввести потребителя рекламы в заблуждение, создать неверное представление о ценовых преимуществах рекламируемого товара, и тем самым обмануть его ожидания о выгодном приобретении (по низкой цене) услуги по установке натяжных потолков, реализуемой Компанией «Окна панорама».

Вводящая в заблуждение реклама сообщает не «объективно неправильные (неверные) сведения», а субъективно неправильные, то есть те, которые способны ввести в заблуждение.

Это означает, что при оценке рекламы на предмет введения в заблуждение учитывается субъективное восприятие сообщенных ею сведений. Определяющим в этом случае является не то, что имел в виду рекламодатель, и не то, насколько сообщенные сведения соответствуют истине, а лишь их восприятие потребителями рекламы.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда от 08 октября 2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» необходимо исходить из того, 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 критериев сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «Дешевле чем у конкурентов!», необходимо производить с указанием конкретного объекта, с которым осуществляется сравнение, и при этом иметь объективное подтверждение, в данном случае, ценового преимущества рекламируемого товара.

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.

Из вышеприведенного разъяснения следует, что заявление о ценовом преимуществе, согласно утверждению «Дешевле чем у конкурентов!», должно иметь документальное подтверждение и фактическое обоснование.

В отсутствие конкретного объекта, по которому в рассматриваемом случае,

производится ценовой критерий сравнения, создается впечатление, что Компания «Окна панорама» обладает ценовым преимуществом в масштабах всех продавцов на рынке реализации однородных товаров.

В данном случае слоган «Дешевле чем у конкурентов!» в рассматриваемой рекламе не имеет объективного подтверждения, следовательно размещенная в газете «Новости Костомукши» реклама является ненадлежащей нарушившей требования пункта 1 части 3, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

На основании изложенного, в нарушение данных правовых норм, в рекламе Компания «Окна панорама» содержится не подтвержденная соответствующей действительности информация о ценовом преимуществе услуги по установке натяжных потолков, реализуемой Компанией «Окна панорама», что вводит потребителей рекламы в заблуждение.

Ответственность за нарушение требований установленных пунктом 1 части 3, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе», в соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе», несет рекламоатель.

Пунктом 5 статьи 3 Закона установлено, что рекламоателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Исходя из пункта 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе», а также исходя из указанного выше договора ИП <...>. является рекламоателем указанной выше рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «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 ненадлежащей рекламу «первый блок: «НАТЯЖНЫЕ ПОТОЛКИ любой сложности 510 руб./кв. м; Окна ПАНОРАМА Дешевле чем у конкурентов! Позвони! Сравни! Убедись!»; второй блок: «Телефон: 8 911 410 89 44 Группа ВКонтакте: vk.com/panoramaoknakostomuksha»; третий блок: «ПЛАСТИКОВЫЕ ОКНА для дома и дачи МЕЖКОМНАТНЫЕ ДВЕРИ Все виды строительных работ», поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ИП <...>. не выдавать, в связи с добровольным устранением нарушения, путем прекращения распространения ненадлежащей рекламы.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Карельского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение антимонопольного органа может быть оспорено в течение трех месяцев со дня вынесения решения.