

РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/5-407/2023

03 мая 2023 года

город Омск

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

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

члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 055/05/5-407/2023 по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>, далее – ИП <...>) требований 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 ИП <...> (ходатайство 02.05.2023 № 4030-ЭП/23)

УСТАНОВИЛА:

В адрес Омского УФАС России из Сибирского ГУ Банка России поступил материалы (исх. № Т6-30/2525 от 28.02.2023) по факту распространения на территории г. Омска рекламы комиссионного магазина «Монета», в которой усматриваются признак нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В целях полного и всестороннего рассмотрения указанных материалов сотрудниками Омского УФАС России 13.03.2023 осмотрены фасады зданий № 6 Б по ул. Б. Цемента, д. и № 136 В по ул. Омская в г. Омске, в результате чего выявлены факты распространения на рекламных конструкциях информации «*МЫ ЛУЧШЕ, ЧЕМ ЛОМБАРД, 24 ЧАСА*», сопровождающейся изображением различной бытовой техники.

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 и услугам комиссионного магазина «Монета».

Одновременно реклама содержит утверждение «*МЫ ЛУЧШЕ, ЧЕМ ЛОМБАРД*».

В силу части 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

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 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) указано, что при анализе информации, содержащейся в рекламе, 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.

Необходимо 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.

Рассматриваемая реклама содержит сравнение услуг комиссионного магазина «Монета» с услугами, оказываемыми ломбардами по предоставлению потребительских займов, а именно, содержит следующее утверждения: *«МЫ ЛУЧШЕ, ЧЕМ ЛОМБАРД»*.

Указанное сравнение основано на несопоставимых критериях, так как услуги комиссионного магазина и услуги ломбардов предоставляются на различных товарных рынках и не имеют общих сравнительных критериев.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения требования пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно пункту 1 части 3 статьи 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 пункте 29 постановления 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.

Употребление сравнительной характеристики **«лучше, чем...»** в рассматриваемой рекламе должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, и который имеет объективное подтверждение.

В нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» рассматриваемая реклама не содержит подтвержденный объективными данными критерий, по которому производится сравнение услуг комиссионного магазина «Монета» с услугами, предоставляемыми ломбардами.

Согласно материалам Сибирского ГУ Банка России деятельность в комиссионном магазине «Монета» осуществляет ИП <...>.

Определением Омского УФАС России от 06.04.2023 в отношении ИП <...> возбуждено дело по признакам нарушения пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В ответ на указанное определение ИП <...> представлены пояснения (вх. № 3874-ЭП/23), в которых она указала следующее *«...я являюсь арендатором помещения по адресу: г. Омск, ул. Омская, д. 136, что подтверждается договором аренды. На нашей наружной рекламе в виде баннера имеется надпись «Мы лучше, чем ломбард», при заказе рекламы в специализированном магазине, мне предложили баннер с таким слоганом, пояснив, что он не противоречит закону. Я заказала два одинаковых баннера и установила их по адресам г. Омск, ул. Омская, д. 136 и ул. Б. Цемента, 6 Б. Из определения я узнала, что данная надпись имеет признаки нарушения законодательства. Я немедленно все устранила, фото прилагаю к данному отзыву...»*.

Согласно пункту 1.1 Договора аренды нежилого помещения от 24.06.2022, заключенного между <...> и ИП <...> (далее – Договор), Арендодатель (<...>) обязуется предоставить за плату, а Арендатор (ИП <...>) принять во временное пользование (аренду) с целью использования под ломбард (комиссионный магазин) нежилое помещение, расположенное по адресу: г. Омск, ул. Омская, 136.

В пункте 2.4.2 Договора указано, что Арендатор имеет право по согласованию с Арендодателем в порядке, установленном действующим законодательством Российской Федерации, размещать вывески и другую рекламу в соответствии со своим профилем на фасаде и внутри Помещения. Расходы по размещению и оформлению вывесок и другой рекламы несет Арендатор, который также выполняет все необходимые формальности по согласованию с государственными и иными органами на размещение и оформление вывесок и другой рекламы.

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.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из определений, данных в пунктах 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ИП <...> является и рекламодателем, и рекламодателем.

Частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель несет ответственность за нарушение требований пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Рассмотрев материалы дела, пояснения ИП <...>, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ИП <...> требований пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы на фасаде зданий № 6 Б по ул. Б. Цемента, д. и № 136 В по ул. Омская в г. Омске.

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, рекламодателям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Учитывая, 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 ИП <...> 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: «*МЫ ЛУЧШЕ, ЧЕМ ЛОМБАРД 24 ЧАСА*», распространенную ИП <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>) 13.03.2023 на фасаде зданий № 6 Б по ул. Б. Цемента, д. и № 136 В по ул. Омская в г. Омске, 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 ИП <...> не выдавать.

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

Решение изготовлено в полном объеме 03.05.2023.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>