

## РЕШЕНИЕ

по делу № 03-21/21-2016

### о нарушении законодательства о рекламе

«10» июня 2016 года

г. Йошкар-Ола

*Резолютивная часть решения объявлена: 09 июня 2016 года*

*Полный текст решения изготовлен: 10 июня 2016 года*

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее - Марийское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии

член Комиссии

член Комиссии рассмотрев дело № 03-21/21-2016, возбужденное по факту распространения рекламы теплиц «Terlowin» **в номере 06 (393) от 07.03.2016 рекламного-информационного издания «Деловой акцент» на странице 1** с признаками нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии ИП М., ИП Г.,

### УСТАНОВИЛА:

В целях осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Марийским УФАС России был произведен мониторинг рекламы печатного издания, распространенного на территории Республики Марий Эл.

В ходе мониторинга была обнаружена реклама теплиц «Terlowin», содержащая признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе **в номере 06 (393) от 07.03.2016 рекламного-информационного издания «Деловой акцент» на странице 1**, следующего содержания:



(далее – реклама).

Согласно статье 3 Закона о рекламе 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.

Под объектом рекламирования понимают 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.

Из анализа текста рекламы «Teplowin. Самые урожайные теплицы» следует, что объектом рекламирования выступают теплицы фирмы Teplowin.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, так как распространена при помощи печатного издания, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В соответствии со статьей 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной; недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 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.

Пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, 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 должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться

недостовойной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами ([пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе](#)).

Таким образом, размещение рекламы «Терпловин. Самые урожайные теплицы» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение является нарушением пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, что влечет признание рекламы ненадлежащей.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 данного закона несет рекламодатель.

Согласно письменным пояснениям редактора рекламно-информационного издания «Деловой акцент» ИП Г. (вх. № 4139 от 01.04.2016) рассматриваемая реклама размещена в соответствии с договором на оказание рекламно-информационных услуг от 26.02.2016, заключенного между ИП Г. и ИП М.

В соответствии с пунктом 1.1 указанного договора Исполнитель (ИП Г.) обязуется размещать рекламный материал Заказчика (ИП М.) в еженедельной бесплатной рекламно-информационной газете «Деловой акцент», а Заказчик и обязуется оплатить Исполнителю услуги по размещению рекламного материала. Макет рекламы был разработан дизайнером рекламно-информационного издания «Деловой акцент», согласован сторонами договора устно. Фактическое исполнение договора подтверждается платежным поручением № 58 от 26.02.2016.

Довод ИП М. о том, что до выхода рекламы в печать индивидуальный предприниматель не видел макет спорной рекламы, согласовав его с ИП Г. по телефону, а, следовательно, не знал о нарушении законодательства о рекламе, Комиссия Марийского УФАС России считается несостоятельным ввиду того, что согласно пункту 4.2 договора на оказание рекламно-информационных услуг от 26.02.2016 после утверждения Заказчиком (ИП М.) оригинал-макета объявления, ответственность за информацию, содержащуюся в оригинал-макете несет Заказчик. Кроме того, законом предусмотрена ответственность рекламодателя за содержание рекламной информации, поэтому ИП М. должна была предпринять необходимые меры для соблюдения законодательства о рекламе.

Исходя из вышеизложенного, рекламодателем спорной рекламы является ИП М., рекламопроизводителем и рекламораспространителем – ИП Г.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям,

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

Марийское УФАС России, изучив представленные в материалы дела доказательства, считает необходимым выдать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе со стороны ИП М.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «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 теплиц «Терловин» в номере 06 (393) от 07.03.2016 рекламно-информационного издания «Деловой акцент» на странице 1 следующего содержания:



поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю М. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии

**ПРЕДПИСАНИЕ**  
**О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА**  
**РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ**  
**ПО ДЕЛУ № 03-21/21-2016**

«10» июня 2016 года

г. Йошкар - Ола

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии

член Комиссии

член Комиссии

на основании своего решения от «10» июня 2016 года по делу № 03-21/21-2016 о признании ненадлежащей рекламы теплиц «Тепловин», размещенной в номере 06 (393) от 07.03.2016 рекламно-информационного издания «Деловой акцент» на странице 1, следующего содержания:



в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

**ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

1. Индивидуальному предпринимателю М. в семидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно прекратить распространение рекламы с нарушением пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. ИП М. представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в течение трех дней с момента его исполнения.

Пунктом 2.4 статьи 19.5 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность за невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

*Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.*

Председатель Комиссии

Члены Комиссии