ИП

№ 586/04-01 от 24.01.2017

РЕШЕНИЕ по делу № 04-01/54-16

«10» января 2017 года г. Ярославль

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Ярославской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя управления Завьялов М.Ф.,

члены Комиссии – главный специалист-эксперт отдела контроля органов власти и рекламы Солодяшкина С.Д., специалист-эксперт Мельникова О. И.,

рассмотрев дело № 04-01/54-16 по признакам нарушения законодательства о рекламе по факту размещения рекламы услуг газеты «PRO Город Ярославль» по размещению рекламы с признаками нарушения законодательства РФ о рекламе, в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – ИП , по доверенности от

УСТАНОВИЛА:

Ярославским УФАС России в связи с поступившим 06 сентября 2016 года обращением физического лица 16 сентября 2016 года выявлен факт размещения на стр. 12 в № 35 (154) газеты «PRO Город Ярославль» статьи под названием «Как развивать бизнес в кризис благодаря рекламе в «PRO Город» ?» с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Дело возбуждено по признакам нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») в отношении ИП ., поскольку рассматриваемая реклама содержит некорректные сравнения рекламируемых услуг газеты «PRO Город Ярославль» по размещению рекламы с находящимися в обороте услугами, которые оказываются другими газетами в г. Ярославле, а также утверждение «Мы – лидеры рынка бесплатных СМИ по тиражу».

Представитель ИП пояснила, что не согласна с нарушениями, также не считает указание в рекламе «Мы – лидеры рынка бесплатных СМИ по тиражу» нарушением, поскольку в рекламе не указано, что газета «PRO Город Ярославль» является

единственным лидером рынка бесплатных СМИ по тиражу.

Какого-либо специального исследования или сравнительного анализа по данному вопросу ИП не проводилось. Тираж газеты «PRO Город Ярославль» равен 140 тысячам экземпляров. Данную информацию читатели могут проверить. Газета «Ва-Банк» также выпускает 140 тысяч экземпляров, но насколько известно ИП ., данная газета не представляет читателям возможность проверить достоверность тиража. С другими бесплатными СМИ ИП газету «PRO Город Ярославль» также не сравнивала.

Рассмотрев материалы дела, заслушав представителя ИП , Комиссия пришла к следующим выводам.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

Исходя из содержания рассматриваемой информации, она адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к услугам газеты «PRO Город Ярославль» по размещению рекламы, формирование и поддержание интереса к данным услугам и продвижения их на рынке, и, следовательно, эта информация является рекламной.

В соответствии с частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

На основании пункта 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.

Рассматриваемая реклама содержит информацию: «Для тех, кто не привык выбрасывать деньги на ветер», «…самое время задуматься о том, чтобы дать рекламу! Но важно просчитать, какое вложение принесет отдачу. Ведь в кризис нельзя тратить деньги на эксперименты и проверять, где реклама сработает, а где нет. Надо вкладывать средства в гарантированно работающую, максимально эффективную площадку. В нашем городе это газета «PRO Город», которая зачастую воспринимается руководителями компаний как ковчег, за счет которого можно бизнес спасти и развить.», «Сейчас многие предлагают разместить рекламу по цене настолько низкой, что начинаешь сомневаться – а могут ли они за такие деньги выпускать заявленные тиражи, обеспечивать качественную доставку, писать работающие рекламные тексты. Даже если такая реклама в разы дешевле, стоит ли тратить и эти небольшие деньги, если эффективность под вопросом? Не выбрасываете ли вы деньги на ветер?», «При этом, размещая рекламу в газете «PRO Город» с ее качественной доставкой, честным тиражом, постоянным вниманием аудитории, вы платите всего 1-3 копейки за внимание одного читателя! Задумайтесь, посчитайте и примите верное решение!».

Кроме того, в рассматриваемой рекламе содержится также следующая информация: «Мы – лидеры рынка бесплатных СМИ по тиражу».

Действующее законодательство не содержит понятия «некорректное сравнение». Вместе с тем, к некорректному следует отнести любое нетактичное сравнение, когда без видимых оснований высказываются предположения, что рекламируемый товар (услуга) обладают определенными превосходными свойствами, а товары (услуги) иных организаций уступают рекламируемому, тем самым формируя у потенциальных потребителей рекламы данное утверждение.

Под преимуществом следует понимать превосходство качества рекламируемого товара или оказываемой услуги по каким-либо характеристикам над качеством аналогичного товара или услуги иных производителей. Наличие таких качеств, как правило, обеспечивает предпочтение к товару или услуге потребителей.

Аналогичная позиция изложена, в частности, в Постановлении Второго арбитражного апелляционного суда по делу № А82-9898/2015 от 24.05.2016 г.

Рассматриваемая реклама содержит некорректные сравнения путем противопоставления рекламируемых услуг газеты «PRO Город Ярославль», позиционируемой в рекламе как «гарантированно работающая, максимально эффективная площадка по размещению рекламы», «как ковчег, за счет которого можно бизнес спасти и развить», «с качественной доставкой, честным тиражом, постоянным вниманием аудитории», «Мы – лидеры рынка бесплатных СМИ по тиражу» по отношению к услугам других газет, в отношении которых высказываются сомнения и негативные предположения в качестве их услуг и деятельности: «Ведь в кризис нельзя тратить деньги на эксперименты и проверять, где реклама сработает, а где нет.», «Сейчас многие предлагают разместить рекламу по цене настолько низкой, что начинаешь сомневаться – а могут ли они за такие деньги выпускать заявленные тиражи, обеспечивать качественную доставку, писать работающие рекламные тексты. Даже если такая реклама в разы дешевле, стоит ли тратить и эти небольшие деньги, если эффективность под вопросом? Не выбрасываете ли вы деньги на ветер?».

Кроме того, в рекламе содержатся призывы к читателям «Для тех, кто не привык выбрасывать деньги на ветер», «…самое время задуматься о том, чтобы дать рекламу!, «Но важно просчитать, какое вложение принесет отдачу. Ведь в кризис нельзя тратить деньги на эксперименты и проверять, где реклама сработает, а где нет. Надо вкладывать средства в гарантированно работающую, максимально эффективную площадку. «В нашем городе это газета «PRO Город», «Даже если такая реклама в разы дешевле, стоит ли тратить и эти небольшие деньги, если эффективность под вопросом? Не выбрасываете ли вы деньги на ветер?», «Задумайтесь, посчитайте и примите верное решение!».

Таким образом, из смысла данной рекламы следует, что единственной гарантированно работающей, максимально эффективной, надежной и качественной площадкой для размещения рекламы является газета «PRO Город», в которую «Надо вкладывать средства», «Ведь в кризис нельзя тратить деньги на эксперименты и проверять, где реклама сработает, а где нет», а все остальные газеты попадают в категорию сомнительных, качество которых находится под вопросом, обращение за услугами к которым связано с риском «выброса денег на ветер».

Следовательно, в данном случае установлено нарушение пункта 1 части 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Кроме того, 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.

Представитель ИП на заседании Комиссии пояснила, что не согласна с нарушениями, также не считает указание в рекламе «Мы – лидеры рынка бесплатных СМИ по тиражу» нарушением, поскольку в рекламе не указано, что газета «PRO Город Ярославль» является единственным лидером рынка бесплатных СМИ по тиражу.

Какого-либо специального исследования или сравнительного анализа по данному вопросу ИП не проводилось. Тираж газеты «PRO Город Ярославль» равен 140 тысячам экземпляров. Данную информацию читатели могут проверить. Газета «Ва-банкъ» также выпускает 140 тысяч экземпляров, но насколько известно ИП , данная газета не представляет читателям возможность проверить достоверность тиража. С другими бесплатными СМИ ИП. газету «PRO Город Ярославль» также не сравнивала.

Комиссией Ярославского УФАС также установлено, что газета «Ва-банкъ» в г. Ярославле также выпускается тиражом в 140 тысяч экземпляров. В материалах дела имеется распечатка с официального сайта газеты «Ва-банкъ» в сети Интернет http://www.gazeta-vabank.ru/tirazh, в которой данная информация подтверждается.

Таким образом, указание в рекламе «Мы – лидеры рынка бесплатных СМИ по тиражу» является недостоверным, поскольку установлено, что кроме газеты «PRO Город» в г. Ярославле газета «Ва-банкъ» также выпускается тиражом в 140 тысяч экземпляров.

Следовательно, в данном случае также в рекламе содержатся несоответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемых услуг газеты «PRO Город Ярославль» по размещению рекламы с находящимися в обороте услугами, которые оказываются другими газетами в г. Ярославле, что является нарушением пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований частей 2, 3 статьи 5 Закона несет рекламодатель.

Пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» определено, что рекламодатель — изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Общество с ограниченной ответственностью «Про Город 76» ранее в ответе на запрос Ярославского УФАС России (вх. № 1688 от 18.02.2015) представляло пояснения, согласно которых редакцией газеты «PRO Город Ярославль» является ИП в соответствии с уставом редакции.

Также ООО «Про Город 76» предоставлен устав редакции от 13.10.2014 г. (вх. № 1688 от 18.02.2015, вх. № 12094 от 27.11.2015), согласно которого редакцией газеты

«PRO Город Ярославль» является ИП .

ИП в материалы представлены пояснения (вх. № 19492 от 25.11.2016), в которых указано, что статья с рассматриваемой рекламой услуг газеты «PRO Город Ярославль» по размещению рекламы размещалась и утверждалась самой ИП, поскольку данное лицо является редакцией газеты «PRO Город Ярославль». Таким образом, в связи с тем, что ИП одновременно являлась в данном случае и рекламодателем и рекламораспространителем, договор на распространение рекламы не заключался, согласованный макет, платежные документы, акты приема-передачи услуг также отсутствуют.

На основании изложенного, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации; является ненадлежащей.

Ответственность за нарушения требований пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 4, 26, 37-43, 44-45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: «Как развивать бизнес в кризис благодаря рекламе в «PRO Город» ?», размещенную на стр. 12 в № 35 (154) газеты «PRO Город Ярославль», содержащую некорректные сравнения рекламируемых услуг газеты «PRO Город Ярославль» по размещению рекламы с находящимися в обороте услугами, которые оказываются другими газетами в г. Ярославле, а также содержащую несоответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемых услуг газеты «PRO Город Ярославль» по размещению рекламы с находящимися в обороте услугами, которые оказываются другими газетами в г. Ярославле, поскольку в данном случае нарушены требования пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ярославского 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 «24» января 2017 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии М.Ф. Завьялов

Члены Комиссии: С.Д. Солодяшкина

О. И. Мельникова

№ 587/04-01 от 24.01.2017 ИП

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ ПО ДЕЛУ № 04-01/54-16

10 января 2017 года город Ярославль

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Ярославской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя управления Завьялов М. Ф.,

члены Комиссии – главный специалист-эксперт отдела контроля органов власти и рекламы Солодяшкина С.Д., специалист-эксперт Мельникова О. И.,

на основании своего решения от «10» января 2017 г. по делу № 04-01/54-16 о признании ненадлежащей рекламы услуг газеты «PRO Город Ярославль» по размещению рекламы, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), в соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 4, 26, 37-43, 44, 45, 48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП, адрес регистрации:

, в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение рекламы: «Как развивать бизнес в кризис благодаря рекламе в «PRO Город» ?», содержащую некорректные сравнения рекламируемых услуг газеты «PRO Город Ярославль» по размещению рекламы с находящимися в обороте услугами, которые оказываются другими газетами в г. Ярославле, а также содержащую несоответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемых услуг газеты «PRO Город Ярославль» по размещению рекламы с находящимися в обороте услугами, которые оказываются другими газетами в г. Ярославле.

2. ИП , представить в Ярославское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 10 марта 2017 г.

В случае невыполнения в установленный срок законного предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Управление Федеральной антимонопольной службы по Ярославской области вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на граждан штраф в размере от трехсот до пятисот рублей, на должностных лиц – от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии М. Ф. Завьялов

Члены Комиссии С.Д. Солодяшкина

О. И. Мельникова