ИП <...>

Р Е Ш Е Н И Е № Р-37/18

Резолютивная часть решения объявлена 4 октября 2018 года.

Решение изготовлено в полном объеме 19 октября 2018 года.

г. Тамбов

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

председатель Комиссии – руководитель Гречишникова Е.А.,

члены Комиссии – начальник отдела регулирования деятельности естественных монополий и рекламного контроля Мурзин К.И., заместитель

начальника отдела регулирования деятельности естественных монополий и рекламного контроля Попова Н.В., ведущий специалист-эксперт отдела регулирования деятельности естественных монополий и рекламного контроля Мясникова А.Н., специалист-эксперт отдела регулирования деятельности естественных монополий и рекламного контроля Абанкин А.А.,

рассмотрев дело № Р-37/18 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) по факту распространения рекламы, содержащей недостоверные сведения,

в присутствии представителя ИП <…> по доверенности <…>,

У С Т А Н О В И Л А:

Тамбовским УФАС России в ходе осуществления государственного контроля за соблюдением участниками рекламной деятельности законодательства Российской Федерации о рекламе в августе 2018 года установлено, что над входом в магазин «Мастер», расположенный по адресу: город Тамбов, ул. Советская, д. 191 а, размещалась информация следующего содержания: «Мир Мебели» сеть мебельных магазинов. Огромный выбор-лучшие цены!».

Хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность, в указанном магазине является ИП <…>.

06.08.2018 в отношении <…> возбуждено дело № Р-37/18 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

И П <…> предоставила письменные пояснения от 31.08.2018 (вх. № 5202н), в которых указала, что арендует помещение, расположенное по адресу: г. Тамбов, ул. Советская, д. 191 А, однако, реализацию и рекламу мебели не осуществляет. На рассмотрении дела представитель ИП <…> подтвердила позицию предпринимателя, указав, что к изготовлению и размещению рассматриваемой рекламы ИП <…> отношения не имеет.

Установлено, что по договору аренды нежилого помещения № 8 от 31.12.2010 помещения по рассматриваемому адресу на праве собственности принадлежат ИП <…>.

Определением от 05.09.2018 ИП <…> исключена из числа участников по делу. И П <…> привлечен к участию в рассмотрении дела № Р-37/18 в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства.

ИП <…> письмом от 28.09.2018 (вх. № 5861 н) сообщил, что рекламный баннер

размещен с января 2016 года по настоящее время. Сотрудниками магазина в декабре 2015 года был проведен опрос посетителей магазина с заполнением соответствующей анкеты, в котором все посетители единогласно указали, что в магазине «Мир мебели» лучшие цены. Предприниматель не указал данное подтверждение в рекламе по незнанию требований рекламного законодательства.

Изучив материалы и представленные доказательства, выслушав пояснения лица, участвующего в деле, Комиссия Тамбовского УФАС России пришла к следующим выводам.

С января 2016 года по 28 сентября 2018 года над входом в магазин «Мастер», расположенный по адресу: город Тамбов, ул. Советская, д. 191 а, размещалась информация следующего содержания: «Мир Мебели» сеть мебельных магазинов. Огромный выбор-лучшие цены!».

Исходя из статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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, средства его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Рассматриваемая реклама адресована неопределенному кругу лиц, направлена, прежде всего, на продвижение реализуемых товаров магазина «Мир мебели» и привлечение клиентов, указанное в рекламе словосочетание воспринимается не просто как информация о торговой точке, а именно как реклама, поскольку формирует интерес потребителей к приобретению указанной в рекламе продукции и способствуют возникновению желания купить рекламируемые товары в магазине по лучшим ценам.

Рекламируемые таким образом товары, определяющие сравнительные характеристики предлагаемого ассортимента, посредством использования такого словосочетания как «лучшие цены» несут смысловую нагрузку, связанную с выражением превосходной степени в ценовом сравнении с иными торговыми точками, представленными на рынке. Форма выражения рекламной информации исключает двусмысленность ее восприятия, использование в рекламе данного словосочетания предполагает, что рекламируемая таким образом продукция, предлагаемая в торговой точке, является самой востребованной с точки зрения цены со стороны потребителей, ориентирует клиентов на обращение в указанный магазин для покупки товаров только в данной точке в связи с тем, что только в

рассматриваемом месте лучшие цены на все товары.

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

В соответствии с пунктом 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.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона о рекламе, 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.

Таким образом, для утверждения в рекламе «самый», «лучший», «первый» перед другими продавцами необходимо наличие оснований, позволяющих судить о данном превосходстве.

Указанная реклама создает впечатление, что продавец, указавший в рекламе сравнительную характеристику, путем употребления слова «лучший» является «первым», обладает более высокими достоинствами и преимуществами по отношению к другим продавцам. Таким образом, рекламируемые товары представляются потребителю наиболее востребованными с точки зрения цены по сравнению с другими торговыми точками.

В материалы дела представлены документы, подтверждающие, что в магазине «Мир мебели» лучшие цены на основании опроса посетителей за период с 01.12.2015 по 31.12.2015.

Однако, поскольку в вышеуказанной рекламе данное подтверждение отсутствовало, она распространялась в нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама — реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, указанная реклама в соответствии со статьей 3 Закона о рекламе является ненадлежащей.

Статьей 38 Закона о рекламе установлено, что за нарушение требований части 3 статьи 5 Закона о рекламе ответственность несет рекламодатель.

ИП <…> письмом от 28.09.2018 (вх. № 5861 н) сообщил, что рекламный баннер размещен с января 2016 года по настоящее время, макет был разработан предпринимателем лично. Информация о лице, изготовившем и разместившем рассматриваемую рекламу, утеряна. В настоящее время внесены изменения в рекламный баннер, добавлена надпись о проведенном опросе в декабре 2015 года.

Таким образом, ИП <…> является рекламодателем указанной рекламы.

Нарушение устранено, в настоящее время в рекламу добавлены основания и критерии, которые позволяют утверждать, что в магазине «Мир мебели» лучшие цены.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе, пунктами 37-45 «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», утверждённых постановлением Правительства РФ от 17 августа 2006 № 508, Комиссия

Р Е Ш И Л А:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «Мир Мебели» сеть мебельных магазинов. Огромный выбор-лучшие цены!», размещавшуюся в период с января 2016 года по 28 сентября 2018 года над входом в магазин «Мастер», расположенный по адресу: город Тамбов, ул. Советская, д. 191 а, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.
2. В связи с тем, что распространение указанной ненадлежащей рекламы добровольно устранено, предписание не выдавать.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тамбовского УФАС России для возбуждения дел об административных правонарушениях по части 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 в течение трех месяцев.

Председатель Комиссии Е.А. Гречишникова

Члены Комиссии
К.И. Мурзин

Н.В. Попова

А.Н. Мясникова

А.А. Абанкин

Исп. Мясникова Алена Николаевна,

8(4752) 72-93-54