

РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ № 9/07-2015

17 апреля 2015 года
Владивосток

Г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Приморскому краю (далее – Приморское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: <...> – заместитель руководителя;

Члены Комиссии: <...> – ведущий специалист-эксперт отдела контроля антимонопольного законодательства и рекламы, <...> – специалист-эксперт отдела контроля антимонопольного законодательства и рекламы,

рассмотрев 17.04.2015 дело № 9/07-2015, возбужденное в отношении <...>, ИП <...> по факту размещения рекламы с признаками нарушения требований части 2 статьи 20 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

в отсутствии заявителя, уведомленного надлежащим образом;

в присутствии: <...> Так же <...> представляет интересы ИП <...> на основании доверенности б/н от 13.04.2015,

УСТАНОВИЛА:

22.10.2014 специалистами Приморского УФАС России в ходе мониторинга наружной рекламы в городе Владивостоке установлено, что на перекрестке проспекта Острякова, Партизанского проспекта и проспекта Красного Знамени припарковано автотранспортное средство с государственным номером х531ке25rus (далее – Автомобиль), кузов которого обтянут рекламным баннером.

Так же, в Приморское УФАС России поступило обращение <...> (вх. № 294 от 19.01.2015) о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе владельцем вышеуказанного Автомобиля.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «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.

Из пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» следует, что объектом рекламирования является 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.

ФАС России письмом от 2 мая 2012 № АК/13623 «О рекламе на транспортных средствах и квалификации информации, размещенной на сайте» разъяснил:

Согласно [части 2 статьи 20](#) ФЗ «О рекламе» использование транспортных средств исключительно или преимущественно в качестве передвижных рекламных конструкций запрещается.

Таким образом, запрещается использование транспортных средств только для целей распространения рекламы (исключительно в целях рекламной конструкции), а также преимущественно для данных целей, однако с сохранением возможности его использования для иных изначальных целей.

Под указанный запрет подпадает использование транспортного средства, основным предназначением которого является распространение рекламы (в том числе создание транспортного средства в виде определенного товара), а также переоборудование транспортного средства с частичной утратой тех функций, для выполнения которых оно было создано изначально.

Кроме того, к преимущественному использованию транспортного средства в качестве рекламной конструкции можно отнести случаи, когда транспортное средство, на котором размещена реклама, в течение длительного времени стоит на одном месте без передвижения.

При этом, оценку длительности размещения транспортного средства на одном месте для целей [части 2 статьи 20](#) ФЗ «О рекламе» следует проводить исходя из разумности срока стоянки транспортного средства, а также с учетом места размещения транспортного средства.

Специалистами отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Приморского УФАС России в ходе рейда по осуществлению государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе составили акты фиксации о том, что на перекрестке проспекта Острякова, Паризанского проспекта и проспекта Красного Знамени припаркован Автомобиль, кузов которого обтянут рекламным баннером. Даты фиксации: 22.10.2014, 25.10.2014. Далее, данный Автомобиль был перемещен на проспект 100-летия Владивостоку (район остановки общественного транспорта «Постышева», направление дороги из города). Даты фиксации: 11.12.2014, 12.12.2014, 15.12.2014, 17.12.2014, 13.01.2015. В последствии Автомобиль опять был перемещен на перекресток проспекта Острякова, Паризанского проспекта и проспекта Красного Знамени. Даты фиксации: 25.02.2015, 06.03.2015, 17.03.2015.

Компанией «Подряд» на доме по адресу проспект Красного Знамени, 46 установлена камера, в обзор которой попадает припаркованный Автомобиль. Данные о съемке размещены на сайте компании <http://live.podryad.tv/>, которые позволяют в режиме реального времени отслеживать размещение Автомобиля. Так, по состоянию на 20.03.2015 (10:32) Автомобиль находится на перекрестке проспекта Острякова, Паризанского проспекта и проспекта Красного Знамени.

Специалистами отдела был направлен запрос (исх. № 10615/07 от 28.10.2014) Управлению ГИБДД УМВД России по Приморскому краю с целью установки владельца Автомобиля. Из представленного ответа установлено, что владельцем Автомобиля является <...>.

Из содержательной части рекламных баннеров размещенных на кузове Автомобиля установлено, что рекламодателями являются, Клуб английского языка «Green Green Cat», ИП <...> (магазина «Beroo», «ИКЕА») в интересах которых размещалась рекламная информация.

Определением Приморского УФАС России от 20.03.2015 (исх. № 1816/07-3) в отношении <...>, ИП <...>, Клуба английского языка «Green Green Cat» возбуждено дело № 9/07-2015 по признакам нарушения требований части 2 статьи 20 ФЗ «О рекламе» и назначено к рассмотрению на 17.04.2015.

17.04.2015 в назначенное время <...> на рассмотрение дела № 9/07-2015 не явилась. Из материалов дела следует, что <...> 16.04.2015 заявила ходатайство о рассмотрении настоящего дела в ее отсутствие.

Интересы ИП <...> при рассмотрении настоящего дела представляет <...>.

<...> на заседании Комиссии сообщил, что свою вину в нарушении требований части 2 статьи 20 ФЗ «О рекламе» признает в полном объеме. Так же, сообщил, что нарушения им устранены, Автомобиль продан, о чем свидетельствует представленный договор купли-продажи транспортного средства № АМ 0034330 от 06.04.2015.

Так же, <...> сообщил, что деятельность в Клубе английского языка «Green Green Cat», магазине «Beroo» и «ИКЕА» осуществляет ИП <...>. Из представленных посменных пояснений ИП <...> (вх. 2577 от 13.04.2015) следует, что вину в нарушении требований части 2 статьи 20 ФЗ «О рекламе» не признает, так как реклама размещалась без ее ведома, договоров на размещение рекламы не заключались и оплата не производилась.

<...> сообщил, что рекламу Клуба английского языка «Green Green Cat», магазина «Beroo», «ИКЕА» размещал безвозмездно, без договорных отношений с ИП <...>, и без ведома ИП <...>.

Кроме того, из содержательной части размещенной рекламы «ИКЕА», «Beroo», Комиссия установила, что реклама содержит информацию о дистанционном способе продажи товара.

В соответствии со статьей 8 ФЗ «О рекламе» в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

Рассматриваемая реклама «ИКЕА» и «Beroo» не содержит сведения предусмотренные статьей 8 ФЗ «О рекламе».

Так же, в рекламе «Beroo» содержится утверждение: «Самые мягкие пуфы в мире».

Как следует из части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъясняется, 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.

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 ([пункт 1 части 3 статьи 5](#) ФЗ «О рекламе»).

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Реклама влияет на мотивацию потребителя при выборе товара и побуждает людей совершать определенные действия в отношении объекта рекламирования, при этом реклама воспринимается потребителем буквально.

Таким образом, отсутствие в рекламе «Вероо» информации с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и которая имеет объективное подтверждение нарушает [пункт 1 части 3 статьи 5](#) ФЗ «О рекламе».

Согласно части 6 и части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 2 статьи 20 и статьи 8 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель и рекламодатель и рекламодатель. В рассматриваемом случае им является <...>.

Ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в соответствии с частью 6 статьи 38 указанного закона несет рекламодатель, в рассматриваемом случае – <...>.

На основании изложенного, с учетом представленных пояснений и имеющихся в деле документов, Комиссия пришла к заключению, что распространяемая реклама Клуба английского языка «Green Green Cat», магазина «Вероо», «ИКЕА» распространяется с нарушением требований части 2 статьи 20, статьи 8, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе», в соответствии с пунктами 3.58-3.61 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (Приказ ФАС России от 23.11.2012 № 711/12), а также руководствуясь пунктами 37-45 Правил рассмотрения антимонопольным

органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу «ИКЕА», так как она была размещена с нарушением части 2 статьи 20, статьи 8 ФЗ «О рекламе».
2. Признать ненадлежащей рекламу Клуба английского языка «Green Green Cat», так как она была размещена с нарушением части 2 статьи 20 ФЗ «О рекламе».
3. Признать ненадлежащей рекламу «Beroo», та как она была размещена с нарушением части 2 статьи 20, статьи 8, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».
4. Не выдавать <...> предписание о прекращении нарушения требований части 2 статьи 20, статьи 8, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», в связи с добровольным устранением нарушений до рассмотрения настоящего дела.
5. В отношении ИП <...> производство по делу № 9/07-2015 прекратить.
5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, ответственность за которые предусмотрена частью 1 статьи 14.3 и части 2 статьи 14.38 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 21.04.2015. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>