

## РЕШЕНИЕ

22 сентября 2011

г.

г. Липецк

Резолютивная часть решения объявлена 22 сентября 2011 года

Решение в полном объеме изготовлено 22 сентября 2011 года

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

председатель: - руководитель управления А.А. Сешенов,

члены комиссии: - государственный инспектор Е.В. Пярых,

- государственный инспектор А.В. Тихомиров,

рассмотрев дело № 75, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту нарушения п.2 ч.3 ст. 5 ФЗ «О рекламе» индивидуальным предпринимателем Вереникиным П.Л. <...>,

в присутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе — представителя ИП Вереникина П.Л. - <...>

### УСТАНОВИЛА:

В городе Липецк в рекламно-информационном еженедельнике «Город Лип», выпуск № 27 (231) от 20 июля 2011 года на стр. 12 распространялась реклама следующего содержания: «Navoline\_автомобильные масла\_Возвращение легенды\_Увеличение ресурса работы двигателя до 250 тыс.км\_Экономия топлива до 60%\_Сделано в Европе (Бельгия)\_Рекомендуем приобретать в магазинах Шинторг».

В адрес рекламораспространителя за № 2938-04 от 26.07.2011 года был сделан письменный запрос о предоставлении полной информации о рекламодателе. В ответ директор ООО «Город Лип» <...> предоставил информацию о том, что рекламодателем указанной выше рекламы является индивидуальный предприниматель Вереникин П.Л. <...>, что подтверждается договором № ПР/215 от 07 марта 2011 года и утвержденным макетом.

26.07.2011 года в адрес ОАО «Всероссийский научно-исследовательский институт по переработке нефти» был сделан запрос о достоверности сведений об экономии топлива до 60% в вышеуказанной рекламе. В ответ ОАО «ВСЕРОССИЙСКИЙ НАУЧНО- ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ ПО ПЕРЕРАБОТКЕ НЕФТИ» сообщил, что специалистами института не известны моторные масла, обеспечивающие столь высокую экономию топлива и, что для получения данных о соответствии утверждения рекламы в рекламно-информационном еженедельнике «Город Лип» содержания «...Экономия топлива до 60%...» необходимо провести квалификационные и ресурсные испытания масла, а также испытания на топливную

экономичность.

п.1 ст.3 ФЗ «О рекламе» говорит, что 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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

п.2 ст.3 ФЗ «О рекламе» говорит, что объект рекламирования - 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.

п.3 ст.3 ФЗ «О рекламе» говорит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно пункту 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Природа товара - совокупность естественных признаков и качеств, определяющих сущность и назначение товара/услуги и отграничивающих его от иных товаров/услуг.

Назначение товара - функция, которую выполняет товар в процессе его использования. Для этого продукт должен обладать рядом характерных для данного вида товаров свойств.

Потребительское свойство товара - качество товара, проявляющееся при его использовании потребителем в процессе удовлетворения потребностей: вес, качество, класс, конкурентоспособность.

Согласно части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных, в частности частью 2 статьи 5 Закона несет рекламодатель, которым, в силу пункта 5 статьи 3 Закона является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Таким образом, рекламное утверждение «Экономия топлива до 60%» является недостоверным.

В соответствии с указанными выше фактами реклама индивидуального предпринимателя Вереникина П.Л., в которой говорится: «Navoline\_автомобильные масла\_Возвращение легенды\_Увеличение ресурса работы двигателя до 250 тыс.км\_Экономия топлива до 60%\_Сделано в Европе (Бельгия)\_Рекомендуем приобретать в магазинах Шинторг», содержит признаки нарушения п.2 ч.3 ст. 5 ФЗ «О рекламе», то есть, реклама содержит не соответствующие действительности сведения о характеристиках и потребительских свойствах автомобильного масла, т.к. моторных масел, обеспечивающих столь высокую экономию топлива не существует.

На рассмотрении дела по рекламе № 75 22 сентября 2011 года Комиссия Липецкого УФАС России проанализировала представленные объяснения ИП Вереникина П.Л. В своих объяснениях предприниматель пояснил, что в данном конкретном случае произошла техническая опечатка, которую просмотрел и утвердил в макете специалист отдела маркетинга. По информации, предоставленной официальным производителем, данный тип масла позволяет экономить до 6 % топлива.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 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 ИП Вереникина П.Л., следующего содержания: «Navoline\_автомобильные масла\_Возвращение легенды\_Увеличение ресурса работы двигателя до 250 тыс.км\_Экономия топлива до 60%\_Сделано в Европе (Бельгия)\_Рекомендуем приобретать в магазинах Шинторг» поскольку в ней нарушены требования п.2 ч.3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

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

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Липецкого УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ.

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

### **ПРЕДПИСАНИЕ № 75**

#### **о прекращении нарушения законодательства**

#### **Российской Федерации о рекламе**

22 сентября 2011 г.

г. Липецк

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

председатель: - руководитель управления А.А. Сешенов,

члены комиссии: - государственный инспектор Е.В. Пятых,

- государственный инспектор А.В. Тихомиров,

на основании своего решения от 22 сентября 2011г. по делу № 75 о признании ненадлежащей рекламы индивидуального предпринимателя Вереникина П.Л. <...> как лица, определившего объект рекламирования и (или) содержание рекламы, следующего содержания: «Navoline\_автомобильные масла\_Возвращение легенды\_Увеличение ресурса работы двигателя до 250 тыс.км\_Экономия топлива до 60%\_Сделано в Европе (Бельгия)\_Рекомендуем приобретать в магазинах Шинторг» поскольку в ней нарушены требования п.2 ч.3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» и 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. ИП Вереникину П.А. в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение рекламы с нарушением действующего законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. ИП Вереникину П.А. представить в Липецкое УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 07 октября 2011г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Липецкое УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 КоАП РФ возбудить дело об административном правонарушении.

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