Заявитель:

<...>

г. Курган, **<...>**

Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

<...>

ИП <...>

ИП <...>

ИП <...>

Заявитель

Ажиркова

электронн
user80008@

Лицо, в
содержат
нарушени
рекламе:

Девяткин А

640000, г
Горького,

представи
доверенно

Таскаев Р

8992420942

Taskaev-82

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 045/05/5-12/2021

30.06.2021 г. г. Курган

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Курганской области (далее по тексту - Курганское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии: **<...>** – заместитель руководителя – начальник отдела контроля товарных, финансовых рынков и рекламного законодательства Курганского УФАС России,

Члены комиссии:

<...> – старший государственный инспектор отдела контроля товарных, финансовых рынков и рекламного законодательства Курганского УФАС России,

<...>– старший государственный инспектор отдела контроля товарных, финансовых рынков и рекламного законодательства Курганского УФАС России;

рассмотрев дело № 045/05/5-12/2021 по факту размещения на рекламных конструкциях, расположенных по адресам: г. Курган, ул. К. Мяготина (напротив исправительной колонии № 4 (ИК № 4); г. Курган, шоссе им. Тюнина (напротив «Водоканал»); г. Курган, ул. Гоголя, 151; г. Курган, шоссе им. Тюнина (поворот на п. Смолино) рекламы отделочных материалов, с признаками нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в присутствие:

- представителя заявителя ИП <...> – <...> (доверенность без номера от 10.06.2021 г.),

в отсутствие:

надлежащим образом извещенных представителей: лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе ООО «ДСМ»; ООО «Трейд-опт»; <...>, ИП <...>, ИП <...>,

УСТАНОВИЛА:

В Курганское УФАС России поступило заявление ИП <...> (далее - Заявитель) (вх. № 274 от 26.01.2021 г.) по вопросу недостоверной рекламы компании «Зауральский домострой», размещенной на рекламных конструкциях, расположенных по адресам: 1) г. Курган, ул. Гоголя, 133 (напротив жилого дома); 2) две конструкции на въезде из г. Кургана в сторону шоссе им. Тюнина (около строительного рынка); 3) по ул. К. Мяготина, 47 в г. Кургане (напротив «Базы Строймаркет»), с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Заявитель сообщает, что по вышеуказанным адресам размещены сведения рекламного характера относительно

продукции, реализуемой компанией «Зауральский домострой», строительных (отделочных) материалов с использованием слов «больше, дешевле, надежнее», свидетельствующие о превосходной степени в описании продукции, с которыми осуществляется сравнение. Считает, что представленная рекламная информация содержит сведения, которые могут быть восприняты потенциальными покупателями в качестве данных о превосходных качествах рекламируемого товара перед товаром других, конкурирующих поставщиков.

Также Заявитель в дополнение к жалобе (вх. № 756 от 02.03.2021г.) сообщил о видеоматериале в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (в социальной сети «В контакте») по адресу: https://vk.com/video113883382_456239510/. Указал, что аудиоматериал данного ролика подтверждает наличие нарушения рекламного законодательства Российской Федерации в части распространения сведений о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

По результатам рассмотрения заявления Курганским УФАС России установлено следующее.

Ответом на запрос Курганского УФАС России Департамент архитектуры, строительства и земельных отношений Администрации города Кургана в письменных пояснениях (вх. № 616 от 16.02.2021 г.) сообщил, что в соответствии с Законом о рекламе, заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, находящемся в муниципальной собственности, либо на земельном участке государственная собственность на который не разграничена, осуществляется на основании торгов в соответствии со Схемой размещения рекламных конструкций.

Место размещения указанных рекламных конструкций было внесено в Схему размещения рекламных конструкций в соответствии с действующим законодательством и реализовано посредством торгов.

С победителями торгов заключены договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, находящемся в муниципальной собственности, либо на земельном участке государственная собственность на которой не разграничена сроком на 10 лет и выданы разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

Владельцами рекламных конструкций являются:

- ИП <...>, рекламная конструкция расположена по адресу: г. Курган, ул. К. Мяготина (ИК №4), договор №38/15(к) от 07.12.2015г., выдано разрешение №434 от 10.12.2015 г. сроком до 10 декабря 2025г.;

- ИП <...>, рекламная конструкция расположена по адресу: г. Курган, ул. Гоголя, 151, договор № 06/17 (К) от 02.06.2017г., выдано разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции № 253 от 08.06.2017 года сроком до 02.06.2027 г.;

- ИП <...>, рекламная конструкция расположена по адресу: г. Курган, шоссе им. Тюнина (напротив остановки «Водоканал»), договор № 07/18(К) от 07.05.2018г., выдано разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции № 105 от 14.05.2018 года, срок действия договора и разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции истекает 14.05.2028г.;

- ИП <...>, рекламная конструкция расположена по адресу: г. Курган, шоссе им. Тюнина (поворот на п. Смолино), договор № 06/18(К) от 07.05.2018г., выдано разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции № 104 от 14.05.2018 года, срок действия договора и разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции истекает 14.05.2028г.

Согласно материалам дела, размещена информация следующего содержания:

1. «ПЛИТКА ДЕШЕВЛЕ»*ЗАУРАЛЬСКИЙ ДОМОСТРОЙ* ул. КУЙБЫШЕВА,36/3» (с изображением плитки) на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Курган, ул. К. Мяготина (напротив ИК №4);
2. «ПЛИТКА ДЕШЕВЛЕ»*ЗАУРАЛЬСКИЙ ДОМОСТРОЙ* ул. КУЙБЫШЕВА,36/3» (с изображением плитки) на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Курган, шоссе им. Тюнина (напротив остановки «Водоканал»);
3. «ЛИНОЛИУМ ВЫБОР БОЛЬШЕ*ЗАУРАЛЬСКИЙ ДОМОСТРОЙ* ул. КУЙБЫШЕВА,36/3» (с изображением линолеума) на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Курган, ул. Гоголя, 151;
4. «ДВЕРИ НАДЕЖНЕЕ* ЗАУРАЛЬСКИЙ ДОМОСТРОЙ* ул. КУЙБЫШЕВА,36/3» (изображением дверей с ручкой и ключами) на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Курган, шоссе им. Тюнина (поворот на п. Смолино).

В соответствии со статьей 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе, 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.

Рассматриваемая информация:

- публично распространена в г. Кургане;

- предназначена для неопределенного круга лиц;

- преследует цели информирования: обращения внимания потребителей на предпринимательскую деятельность магазина «Зауральский домострой» по продаже строительных (отделочных) материалов.

Таким образом, данная информация соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным статьей 3 Закона о рекламе, поэтому является рекламой. Объектом рекламирования выступает магазин «Зауральский домострой» и реализуемые товары – строительные (отделочные) материалы.

В соответствии с частью 1 статьи 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.

Текст рассматриваемой рекламы содержит утверждение «ПЛИТКА ДЕШЕВЛЕ», «ЛИНОЛИУМ ВЫБОР БОЛЬШЕ», «ДВЕРИ НАДЕЖНЕЕ, однако, потребитель указанной рекламы не может располагать сведениями о том, по каким критериям проведено данное сравнение.

В связи с чем, можно сделать вывод о том, что рекламируемый компанией «Зауральский домострой» товар, путем указания фразы «дешевле», «выбор больше», «двери надежнее», противопоставляется товарам иной торговой сети.

В данном случае, использование в рекламе неточных высказываний или преувеличений относительно ценовых параметров, ассортимента товара, характеристик может ввести потребителя рекламы в заблуждение, создать неверное представление о ценовых преимуществах магазина «Зауральский домострой», и тем самым, обмануть ожидания о приобретении продукции, реализуемой «Зауральский домострой».

В соответствии с пунктом 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации 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, при использовании в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «дешевле», «выбор больше», «двери надежнее» необходимо производить с указанием конкретного объекта, с которым осуществляется сравнение, и при этом иметь объективное подтверждение преимущества рекламируемого товара.

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.

Резюмируя изложенное, заявление о ценовом, ассортиментном преимуществе, согласно утверждению «ПЛИТКА ДЕШЕВЛЕ», «ЛИНОЛИУМ ВЫБОР БОЛЬШЕ», «ДВЕРИ НАДЕЖНЕЕ», должно иметь документальное подтверждение и фактическое обоснование.

В рассматриваемой рекламе критерий, по которому осуществляется сравнение, отсутствует, и доказательств ценового, ассортиментного преимущества товаров магазина «Зауральский домострой» перед товарами других торговых организаций не представлено, в связи с чем, реклама размещена с нарушением требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

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

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

14.04.2021 года в Курганское УФАС России ИП

представил письменные пояснения (вх.№1403), в которых указал, что рекламная конструкция, расположенная по адресу: г. Курган, ул. К. Мяготина (ИК №4), размещена на основании договора №38/15(к) от 07.12.2015г. Размещение информации на рекламной конструкции им не производилось, фактически рекламная конструкция находится в пользовании ИП <...> по договору безвозмездного пользования рекламной конструкции от 20.12.2015 г.

21.04.2021 г. сотрудниками Курганского УФАС России произведен визуальный осмотр Интернет-сайта по адресу: http://www.domstroy45.ru/ с наименованием страницы «Зауральский домострой», по результатам которого установлено, что Компания «ДомСтрой» представляет широкий спектр строительных услуг и материалов на всей территории Российской Федерации. Во вкладке «Руководство компании» отображены сведения о том, что генеральным директором Компании «ДомСтрой» является <...>, заместитель генерального директора Компании «ДомСтрой» <...>. Во вкладке «История компании» отображены следующие сведения: Компания «ДомСтрой», основанная и возглавляемая <...>, работает на строительном рынке г. Кургана с 1991 года. Начиная работу с одного небольшого магазина по продаже строительных материалов и комплектации, немногочисленных в то время объектов, компания развила сеть собственных строительных магазинов, наладив стабильные прямые поставки от российских и зарубежных производителей.

На заседании Комиссии 10.06.2021 установлено, что согласно ответу АО «Региональный сетевой информационный центр» от 22.04.2021 исх.№2429-С администратором домена: http://www.domstroy45.ru/ является ООО «Трейд-опт» (ИНН 4501125223, адрес места нахождения: г. Курган. ул. Куйбышева, 36, стр.3). Вместе с тем, Комиссия пришла к выводу о необходимости замены лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе с ООО «ДМС» на ООО «Трейд-опт», а также замене заинтересованных лиц на лиц в действиях которых содержатся признаки нарушения Закона о рекламе.

Определением Курганского УФАС России от 10.06.2021 года произведена замена ненадлежащего лица ООО «ДМС», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, надлежащими лицами ООО «Трейд-опт» (ИНН 4501125223, адрес места нахождения: г. Курган. ул. Куйбышева, 36, стр.3), ИП <...> (ИНН <...>), ИП <...> (ИНН 450100205614<...>, адрес: 640018, г. Курган, ул<...>), ИП <...> (ИНН <...>, адрес: 640023, г. Курган, ул. <...>). Данным определением

запрошена информация у вышеуказанных лиц о предоставлении сведений относительно спорной рекламы.

29.06.2021 года в адрес антимонопольного органа поступили письменные пояснения (вх.№2578) от ООО «Трейд-опт», где сообщается, что Общество не имеет отношение к Компании «Зауральский Домострой», рекламу на указанных в определении конструкциях не размещало и не размещает, договоры в отношении размещенной рекламы не заключало. ООО «Трейд-опт» передало в аренду принадлежащий им интернет-сайт ИП <...> по договору от 01.01.2019г. (прилагается к письменным пояснениям).

30.06.2021 г. в Курганское УФАС России поступили письменные пояснения (вх.№2587) от ИП <...>, в которых сообщается, что указанная реклама размещалась торговым центром «Зауральский Домострой» в первом квартале 2021 года. Содержание рекламы определено данным магазином. В настоящее время указанные банеры сняты. ИП <…> считает, что реклама соответствует требованиям действующего законодательства, так как использование слов «больше, дешевле, надежнее» наряду с указанием на ассортимент «Зауральского Домостроя» в разные периоды воспринимается однозначно: сравнивается ассортимент конкретного магазина в текущий период с ассортиментом этого же магазина. Также в письменных пояснениях указано, что ИП <...> договоры не заключала.

И П <...> на заседание Комиссии не явилась, запрошенные Курганским УФАС России пояснения, информацию не представила.

Представитель Заявителя – <…> на заседании Комиссии 30.06.2021г., ознакомившись с письменными пояснениями лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, пояснил, что из представленных объяснений не ясно, кто является рекламодателем размещенной рекламы магазина «Зауральский Домострой». ИП <...> ссылается на магазин «Зауральский Домострой», при этом нет указания на ИНН, никаких доказательств не представляет. Считает, что сведения не действительные, не подтверждённые, что касается вклеек «среди ассортимента, представленного в супермаркете «Зауральский Домострой» по сравнению с ассортиментом в июле 2020 года», в которых указан мелкий шрифт, сложно прочитать тем более тому, кто едет на машине, добавлена данная информация после того, как была получена жалоба. Полагает, что реклама является ненадлежащей, просит привлечь указанных лиц.

Рассмотрев представленные материалы, изучив доводы и возражения сторон, Комиссия Курганского УФАС России приходит к следующим выводам.

Под информацией в статье 2 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее - Закон об информации) понимаются сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления (пункт 1), а под распространением информации - действия, направленные на получение информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц (пункт 9).

Законодательством Российской Федерации согласно части 4 статьи 5 Закона об информации могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя. При этом под рекламой в статье 3 Закона о рекламе 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 (пункт 1); под объектом 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 (пункт 2); под товаром - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3).

Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (часть 1 статьи 5 Закона о рекламе).

Материалами дела установлено, что состоянию на день подачи заявления 28.01.2021 на четырех рекламных конструкциях, расположенных по адресам: 1) г. Курган, ул. Гоголя, 133 (напротив жилого дома); 2) две конструкции на въезде из г. Кургана в сторону шоссе им. Тюнина (около строительного рынка); 3) по ул. К. Мяготина, 47 в г. Кургане (напротив «Базы Строймаркет»), распространялась информация следующего содержания:

Реклама №1: «ПЛИТКА ДЕШЕВЛЕ»*ЗАУРАЛЬСКИЙ ДОМОСТРОЙ* ул. КУЙБЫШЕВА,36/3» (с изображением плитки) на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Курган, ул. К. Мяготина (напротив ИК №4);

Реклама №2: «ПЛИТКА ДЕШЕВЛЕ»*ЗАУРАЛЬСКИЙ ДОМОСТРОЙ* ул. КУЙБЫШЕВА,36/3» (с изображением плитки) на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Курган, шоссе им. Тюнина (напротив остановки «Водоканал»);

Реклама №3: «ЛИНОЛИУМ ВЫБОР БОЛЬШЕ*ЗАУРАЛЬСКИЙ ДОМОСТРОЙ* ул. КУЙБЫШЕВА,36/3» (с изображением линолеума) на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Курган, ул. Гоголя, 151;

Реклама №4: «ДВЕРИ НАДЕЖНЕЕ* ЗАУРАЛЬСКИЙ ДОМОСТРОЙ* ул. КУЙБЫШЕВА,36/3» (изображением дверей с ручкой и ключами) на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Курган, шоссе им. Тюнина (поворот на п. Смолино).

В Письме ФАС России от 16.03.2012 № ИА/7867 «О рекламе на дорожных знаках» разъяснено, что к рекламной информации, направленной на формирование и поддержание интереса к определенному лицу и его продвижение на рынке относится указание следующей информации о лице:

- наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя или название торгового предприятия данного лица (независимо от указания вида деятельности), выполненное с использованием товарных знаков, логотипов или иных индивидуализирующих данное лицо обозначений, цветов,

- контактная информация о лице (почтовый адрес, телефон, адрес сайта, электронной почты и т.п.),

- характеристика, описание лица, его деятельности,

- информация о производимых или реализуемых товарах.

В рассматриваемой информации сообщены контактные данные строительного магазина («ЗАУРАЛЬСКИЙ ДОМОСТРОЙ» ул. КУЙБЫШЕВА,36/3), приведено описание товара (Плитка, линолиум, двери), следовательно, данная информация является рекламой, на которую распространяются требования Закона о рекламе.

ФАС России в Письме от 30.09.2011 № АК/37027 «О рекламе оккультных услуг и недобросовестной рекламе» дала следующее разъяснения по применению норм пункта 1 части 2 статья 5 и пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе:

Пункт 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе запрещает приведение в рекламе некорректного сравнения. При этом, необходимо заметить, что сравнение как таковое в рекламе не запрещается. Однако приводимое в рекламе сравнение должно соответствовать закону.

К некорректному сравнению могут быть отнесены случаи, когда делается вывод о сходстве товаров либо превосходстве одного товара над другим, однако конкретные характеристики сравниваемых товаров не указываются. При этом в рекламе может приводиться как сравнение рекламируемого товара с конкретным другим товаром, так и сравнение рекламируемого товара со всеми иными товарами (без указания конкретного товара, с которым производится сравнение) - например, путем использования слов «самый лучший», № 1».

В отсутствие указания критерия такого сравнения создается впечатление, что рекламируемый товар обладает заявленным преимуществом по всем критериям. Однако, данный вывод достоверен только в отношении одного или нескольких критериев, однако не всех (в случае если заявленное преимущество недостоверно ни по одному из критериев, такая реклама должна признаваться недостоверной - в соответствии с частью 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Сравнение предполагает такую подачу информации, в которой сопоставляются два и более явления, исследуются их параметры, сходство или различие. Применительно к сравнению товаров это может осуществляться как путем прямого сопоставления конкретных характеристик, свойств, параметров изделий, так и уподобления одного изделия другому либо указанием на их различность.

К некорректному сравнению должно относиться такое, которое противопоставляется корректному. В толковом словаре термин «корректный» определяется как «вежливый, тактичный, учтивый», а также «правильный, точный». Соответственно для целей определения понятия некорректного сравнения необходимо понимать неточное, неправильное сравнение. При этом приводимые в таком сравнении сведения являются в принципе достоверными, однако их компоновка или выбор создают определенную несовместимость.

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 (Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»).

Подобные утверждения должны сопровождаться ссылкой на результат соответствующих исследований и источник данных.

«ПЛИТКА ДЕШЕВЛЕ», «ЛИНОЛИУМ ВЫБОР БОЛЬШЕ», «ДВЕРИ НАДЕЖНЕЕ» - является сравнительной характеристикой.

В представленной ИП Сергеевой А.А. фотокопии макета и размещенного банера рекламы с содержанием: «ПЛИТКА ДЕШЕВЛЕ»*ЗАУРАЛЬСКИЙ ДОМОСТРОЙ* ул. КУЙБЫШЕВА,36/3» (с изображением плитки) под изображением плитки использованы фразы «среди ассортимента, представленного в супермаркете «Зауральский Домострой» по сравнению с ассортиментом в июле 2020 года», что указано самым мелким шрифтом, из используемого в рекламе.

Согласно письму ФАС России от 13.08.2010 № АК/26483 в случае, если фактически условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, способной обмануть их ожидания, сформированные рекламой, представлены в рекламе мелким либо нераспознаваемым шрифтом, не читаемом на значительном расстоянии, такая реклама может привести к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми услугами.

Согласно пункту 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегль), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

В связи с тем, что словосочетание «среди ассортимента, представленного в супермаркете «Зауральский Домострой» по сравнению с ассортиментом в июле 2020 года» приведено мелким, нераспознаваемым шрифтом, оно расценивается как отсутствующее в рекламе.

Таким образом, в спорной рекламе №1, №2, №3, №4 указан критерий сравнения - «ПЛИТКА ДЕШЕВЛЕ», «ЛИНОЛИУМ ВЫБОР БОЛЬШЕ», «ДВЕРИ НАДЕЖНЕЕ», при этом, в рекламе отсутствует ссылка на результат соответствующих исследований и источник данных, подтверждающих, что в данной компании плитка дешевле, выбор линолиума больше, двери надежнее, чем у конкурентов. Лицами, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, доказательств обратного в материалы дела не представило.

Ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель (часть 6 статья 38 Закона о рекламе).

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статья 3 Закона о рекламе).

Материалами дела установлено, что рекламодателем является ИП <...>, ИП <...>, при этом в действиях ООО «Трейд-Опт», ИП <...> Комиссия признаков нарушения Законодательства о рекламе не усматривается.

Резолютивная часть решения по делу согласно подпункту «г» пункта 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 г. № 1922) (далее – Правила №1922), должна содержать сведения о выдаче предписания (предписаний) с указанием лица (лиц), которому оно выдается.

Согласно пункту 49 Правил №1922 при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На момент рассмотрения дела сведений о том, что распространение спорной рекламы продолжается, в материалах дела не имеется, в связи с чем, необходимость в выдаче предписания отсутствует.

Руководствуясь статьями 33-36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-48 Правил, Комиссия Курганского УФАС России,

РЕШИЛА:

Признать Рекламу №1: «ПЛИТКА ДЕШЕВЛЕ»*ЗАУРАЛЬСКИЙ ДОМОСТРОЙ* ул. КУЙБЫШЕВА,36/3» (с изображением плитки), распространенную на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Курган, ул. К. Мяготина (напротив ИК №4); Рекламу №2: «ПЛИТКА ДЕШЕВЛЕ»*ЗАУРАЛЬСКИЙ ДОМОСТРОЙ* ул. КУЙБЫШЕВА,36/3» (с изображением плитки), распространенную на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Курган, шоссе им. Тюнина (напротив остановки «Водоканал»); Рекламу №3: «ЛИНОЛИУМ ВЫБОР БОЛЬШЕ*ЗАУРАЛЬСКИЙ ДОМОСТРОЙ* ул. КУЙБЫШЕВА,36/3» (с изображением линолеума), распространенную на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Курган, ул. Гоголя, 151; Рекламу №4: «ДВЕРИ НАДЕЖНЕЕ* ЗАУРАЛЬСКИЙ ДОМОСТРОЙ* ул. КУЙБЫШЕВА,36/3» (изображением дверей с ручкой и ключами), распространенную на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Курган, шоссе им. Тюнина (поворот на п. Смолино) ненадлежащей, нарушающей требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку она содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемых услуг перед находящимися в обороте услугами, которые оказываются другими хозяйствующими субъектами.

2. Предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Курганского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно статье 37 Закона о рекламе решение, предписание могут быть оспорены в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания.

Решение изготовлено в полном объеме 06 июля 2021 года.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>