

РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/5-1222/2023

05 декабря 2023 года

город Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее - Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – <...>, заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 055/05/5-1222/2023 по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>, далее – ИП <...>) требований пункта 1 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие ИП <...> (ходатайство от 05.12.2023 вх. № 114442-ЭП/23)

УСТАНОВИЛА:

Омским УФАС России 09.08.2023 выявлен факт размещения на рекламной конструкции, установленной на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Омск, ул. Б. Хмельницкого, 287а, информации следующего содержания: «1-Й СЕМЕЙНЫЙ ГИПЕРМАРКЕТ ОДЕЖДЫ И ОБУВИ ЭКОНОМШОР ЕЖЕДНЕВНЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ БОЛЕЕ 1 000 000 НАИМЕНОВАНИЙ ОДЕЖДЫ И ОБУВИ ПО ОПТОВЫМ ЦЕНАМ КИДКА – 50% НА ВСЕ!».

По информации Администрации г. Омска, разрешение на установку и эксплуатацию вышеуказанной рекламной конструкции выдано ИП <...>.

На запрос Омского УФАС России ИП <...> представлена информация, согласно которой «... Размещение рекламных конструкций на здании магазина по адресу г. Омск, ул. Б. Хмельницкого, 287а было согласовано и произведено в установленном законом порядке, с разрешения Администрации города Омск, которое действует до 21.04.2026. Копии соответствующих документов прилагаются.

При этом указание над входом в магазин «1-Й СЕМЕЙНЫЙ ГИПЕРМАРКЕТ ОДЕЖДЫ И ОБУВИ ЭКОНОМШОР» является размещением наименования (коммерческого обозначения) магазина в месте его нахождения по адресу: г. Омск, ул. Б. Хмельницкого, 287а, и не имеет никакого отношения к рекламированию товаров или характеристик объекта. Цифра «1-й...» в контексте наименования магазина по своему лексическому значению обозначает порядковой номер этого конкретного магазина предпринимателя. Каждому последующему открываемому магазину по другому адресу предприниматель планировал присваивать соответствующий номер в его наименовании «2-й...», «3-й...»...

...Одновременно сообщаем, что документы, подтверждающие оплату и первичные учетные документы изъяты налоговым органом для проведения налоговой проверки и поэтому не могут быть предоставлены».

По определению, данному статьей 3 Федерального закона «О рекламе»:

реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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 - это 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;

товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку распространена наружным способом в адрес неопределенного круга лиц и направлена на привлечение внимания к гипермаркету одежды и обуви «ЭКОНОМSHOP» и реализуемым в нем товарам.

Одновременно текст рекламы содержит информацию «*1-Й СЕМЕЙНЫЙ ГИПЕРМАРКЕТ ОДЕЖДЫ И ОБУВИ ЭКОНОМSHOP*».

При этом с точки зрения обычного потребителя данная информация создает впечатление о том, что указанный магазин одежды имеет значительное преимущество перед другими магазинами, осуществляющими аналогичную деятельность по продаже одежды.

Рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара, при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые законодательством к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

В пункте 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» установлено, что 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 пункте 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, 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 Закона о рекламе).

Использование в рекламе названия магазина наряду с обозначением «1-й» является сравнительной характеристикой, при этом отсутствуют критерии, по которым осуществляется сравнение (по качеству товара, по объему продаж и т.п.). Отсутствие таких критериев допускает возможность проведения сравнения по любому критерию, что может ввести потребителей в заблуждение относительно объекта рекламирования (магазина), создать неверное представление о его статусе, существовании оказываемых им услуг и качестве

товаров.

Согласно части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») **ненадлежащая** реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

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

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из определения, данного в пункте 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ИП <...> является рекламодателем.

Более того, учитывая отсутствие документов, подтверждающих факт того, что рекламная информация распространялась в интересах и по заказу третьих лиц, исходя из определения, данного в пункте 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ИП <...> является и рекламодателем.

В статье 38 Федерального закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель несет ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Определением Омского УФАС России от 07.11.2023 в отношении ИП <...> было возбуждено дело № 055/05/5-1222/2023 по признакам нарушения требований пункта 1 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Рассмотрев материалы дела, пояснения ИП <...>, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ИП <...> требований пункта 1 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении 09.08.2023 рекламы на рекламной конструкции, установленной на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Омск, ул. Б. Хмельницкого, 287а.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы, в целях обеспечения реализации права потребителя на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства о рекламе.

В силу пункта 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламодателям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Учитывая, пояснения ИП <...> о том, что в настоящее время реклама не распространяется (вх. № 114442-ЭП/23 от 05.12.2023), Комиссией принято решение об отсутствии необходимости в выдаче ИП <...> предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь статьями 33, 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными

постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу: «*1-Й СЕМЕЙНЫЙ ГИПЕРМАРКЕТ ОДЕЖДЫ И ОБУВИ ЭКОНОМШОП ЕЖЕДНЕВНЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ БОЛЕЕ 1 000 000 НАИМЕНОВАНИЙ ОДЕЖДЫ И ОБУВИ ПО ОПТОВЫМ ЦЕНАМ КИДКА – 50% НА ВСЕ!*», распространенную ИП <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>) 09.08.2023 на рекламной конструкции, установленной на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Омск, ул. Б. Хмельницкого, 287а.

2. Не выдавать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 07.12.2023.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>