

Определение

о возбуждении дела № 012/05/20-180/2021

по признакам нарушения законодательства о рекламе

«02» марта 2021 года
Ола

г. Йошкар-

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, заместитель руководителя – начальник отдела Марийского УФАС России, рассмотрев материалы по факту распространения рекламы с использованием транспортного средства преимущественно в качестве рекламной конструкции, расположенной на обочине дороги возле, д. 28, по ул. Йывана Кырли, г. Йошкар-Ола, с признаками нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, части 2 статьи 20 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛ:

Марийским УФАС России в ходе мониторинга наружной рекламы, распространяемой на территории города Йошкар-Олы, установлена реклама, распространяемая с использованием транспортного средства преимущественно в качестве рекламной конструкции, следующего содержания:

Актами осмотра местонахождения автотранспортного средства установлено, что данный автомобиль постоянно находится на обочине возле д. 48, по ул. Йывана Кырли, г. Йошкар-Ола, РМЭ.

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 или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. 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. Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (статья 3 Закона о рекламе).

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о

неком лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Рассматриваемая информация является рекламой, поскольку она распространена посредством наружной рекламной конструкции с использованием транспортного средства, адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: «магазину мебель12.рф», а также деятельность и ООО «ВолМиш».

Одной из целей Закона о рекламе является предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы (статья 1 Закона о рекламе).

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

По смыслу статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной.

При этом 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 (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

В рассматриваемой рекламе используется словосочетание «гарантия лучшей цены».

Пунктом 29 Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, 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.

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

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.

Таким образом, в рекламе не допускается использование информации не соответствующие действительности и аналогичных сведений о преимуществах

рекламируемого товара.

Вместе с тем, используя словосочетания «гарантия лучшей цены» ООО «ВолМиш» противопоставляет себя другим хозяйствующим субъектам.

В данном случае при оценке текста размещенной рекламы действующему законодательству Марийское УФАС России приходит к выводу о том, что в спорной рекламе приводятся не обладающие достоверностью сведения «гарантия лучшей цены» - над такими же услугами (товарами) иных хозяйствующих субъектов, что может вызвать неверные представления у потребителей относительно объекта рекламирования и негативно повлиять на выбор товаров того или иного производителя или продавца товара.

Также, общее восприятие рекламы вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку преимущества рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами не находят подтверждения превосходства товара в тексте рекламы.

Действующее законодательство в регулируемой сфере правоотношений исходит из того, что достоверность распространяемой рекламы с использованием утверждений в превосходной степени «лучшей» должна соответствовать реальной действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Кроме того, применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени, например, утверждений о «лучшей» и т.п., действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодаделец не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства. При этом использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

Кроме того, статья 20 Закона о рекламе содержит специальные требования к рекламе на транспортных средствах и их использованию.

В соответствии с частью 1 статьи 20 Закона о рекламе размещение рекламы на транспортном средстве осуществляется на основании договора, заключаемого рекламодаладельцем с собственником транспортного средства или уполномоченным им лицом либо с лицом, обладающим иным вещным правом на транспортное средство

Согласно части 2 статьи 20 Закона о рекламе использование транспортных средств исключительно или преимущественно в качестве передвижных рекламных конструкций, в том числе переоборудование транспортных средств для распространения рекламы, в результате которого транспортные средства полностью или частично утратили функции, для выполнения которых они были предназначены, переоборудование кузовов транспортных средств с приданием им вида определенного товара, запрещается.

В письме Федеральной антимонопольной службы России от 02.05.2012 №АК/13623 содержатся разъяснения о том, что одним из случаев использования транспортного средства преимущественно в целях 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 Закона о рекламе следует проводить исходя из разумности срока стоянки транспортного средства, а также с учетом места размещения транспортного средства.

Марийским УФАС России установлено, что указанное транспортное средство имеет признаки бесхозности: водитель на месте стоянки отсутствует, автомобиль не меняет фактического месторасположения на протяжении значительного периода времени.

Указанное свидетельствует о том, что транспортное средство находится без движения в течение продолжительного периода времени.

На основании изложенного, спорная реклама является ненадлежащей, поскольку содержит признаки нарушения части 2 статьи 20 Закона о рекламе ввиду использования транспортного средства преимущественно в качестве рекламной конструкции.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Марийским УФАС России установлено, что владельцем рассматриваемого транспортного средства является Пукемов М.С. (согласно договору купли-продажи транспортного средства; серия номер регистрации документа:9909843567).

Согласно частям 6,7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 несут рекламодатель, частью 2 статьи 20 Закона о рекламе, несут рекламодатель и рекламораспространитель.

Исходя из того, что объектом рекламирования является мебельный магазин «100% мебель», а владельцем автотранспортного средства является П. (соучредитель ООО «ВолМиш»), Марийское УФАС России установило, что рекламодателем является ООО «ВолМиш», поскольку реклама распространялась в их интересах, а рекламораспространителем П.

По итогам рассмотрения материалов, касающихся размещения вышеуказанной рекламы, выявлены признаки нарушения Закона о рекламе в действиях ООО «ВолМиш», П.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в

соответствии с пунктами 24,25 Постановления Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе»,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 012/05/20-180/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Назначить дело № 012/05/20-180/2021 к рассмотрению **на 23 марта года в 10 часов 00 минут** (по Московскому времени) в помещении Марийского УФАС России, по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Волкова, д. 164.

3. Признать лицами, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе:

- П.;

- ООО «ВолМиш» (424028, республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Йывана Кырли, д. 28, этаж подвал, ОГРН 1151215005820, ИНН 1215192008).

4. Явка лиц, участвующих в деле (либо представителей с надлежащим образом оформленными доверенностями), является правом, а не обязанностью.

5. П. **в срок до 15 марта 2021 года** представить следующие документы и сведения:

-копию заявок, договоров на изготовление/размещение рассматриваемой рекламной конструкции;

-копии документов, подтверждающих факт оказания услуг по размещению рекламы (подписанные обеими сторонами акты об оказанных услугах);

-копии платежных документов, подтверждающих оплату услуг по размещению рекламы (платежные поручения либо иное);

- правоустанавливающие документы на транспортное средство с государственным регистрационным номером А839МК716, а также сведения о том, кто является фактическим пользователем транспортного средства.

Представить мотивированную правовую позицию со ссылками на нормы права по следующим вопросам:

1) изложить позицию о том, кто является рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем указанной выше рекламы (с учетом положений статьи 3 Федерального закона «О рекламе»);

2) каким образом и в какой форме были сделаны заявки на изготовление/размещение рекламной информации?

- 3) что является объектом рекламирования в вышеуказанной рекламе?
- 4) какова цель размещения рассматриваемой рекламы?
- 5) кто является потребителями рекламируемых услуг?
- 6) представить письменную мотивированную позицию со ссылками на нормы права о том, нарушает ли, по Вашему мнению, рассматриваемая реклама требования пункта 1 части 3 статьи 5, части 2 статьи 20 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»;
- 7) иные сведения и материалы, имеющие отношение к рассматриваемым обстоятельствам.

6. ООО «ВолМиш» **в срок до 15 марта 2021 года** представить следующие документы и сведения:

- копию заявок, договоров на изготовление/размещение рассматриваемой рекламной конструкции;
- копии документов, подтверждающих факт оказания услуг по размещению рекламы (подписанные обеими сторонами акты об оказанных услугах);
- копии платежных документов, подтверждающих оплату услуг по размещению рекламы (платежные поручения либо иное);
- правоустанавливающие документы на транспортное средство с государственным регистрационным номером А839МК716, а также сведения о том, кто является фактическим пользователем транспортного средства.

Представить мотивированную правовую позицию со ссылками на нормы права по следующим вопросам:

- 1) изложить позицию о том, кто является рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем указанной выше рекламы (с учетом положений статьи 3 Федерального закона «О рекламе»);
- 2) каким образом и в какой форме были сделаны заявки на изготовление/размещение рекламной информации?
- 3) что является объектом рекламирования в вышеуказанной рекламе?
- 4) какова цель размещения рассматриваемой рекламы?
- 5) кто является потребителями рекламируемых услуг?
- 6) представить письменную мотивированную позицию со ссылками на нормы права о том, нарушает ли, по Вашему мнению, рассматриваемая реклама требования пункта 1 части 3 статьи 5, части 2 статьи 20 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»;
- 7) иные сведения и материалы, имеющие отношение к рассматриваемым обстоятельствам.

Все затребованные документы должны быть оформлены в соответствии с требованиями делопроизводства, подписаны должностным лицом и заверены печатью. В случае невозможности представления документов в указанные сроки просим направить их по факсу: (8362) 56-60-56 либо по электронной почте, с последующим направлением по почте.

В случае отсутствия названных документов представить письменное объяснение причины их отсутствия.

Непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) согласно части 6 статьи 19.8 КоАП РФ влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей.

Заместитель руководителя –

начальник отдела