

РЕШЕНИЕ

по делу № 08-04-17/18

10.10. 2017 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председателя комиссии – заместитель руководителя управления – Попова Ирина Николаевна;

Членов комиссии: главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В., специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Яшина О.Е.

рассмотрев дело № 08-04-17/18 от 19.09.2017 по признакам нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее - Закон о рекламе) в отсутствие индивидуального предпринимателя <...>,

УСТАНОВИЛА:

В адрес антимонопольного органа обратилась <...>, по поводу распространения 06 мая 2017 ненадлежащих рекламных баннеров на стене здания в г. Апатиты, ул. Жемчужная, д.4а: «Смешные цены. Самые низкие цены. Одежда, обувь для всей семьи...».

По мнению гражданки, реклама содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые реализуются другими продавцами и содержат не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара. Использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, путем употребления слов «самые низкие цены», без указания критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение, вводит потребителей и хозяйствующие субъекты в заблуждение.

В соответствии с пунктами 2 и 3 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;

товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;

ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона "О рекламе" реклама - это 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 1 части 3 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон 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.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В силу пункта 7 статьи 5 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 вводится в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Комиссия, в ходе рассмотрения дела, изучила рекламу, учредительные и договорные документы, представленные по запросу антимонопольного органа, письменные пояснения предпринимателя, информацию отдела архитектуры и градостроительства г. Апатиты.

В соответствии с Договором аренды недвижимого имущества б/н от 01.02.2016г и Актом приема-передачи недвижимого имущества (Приложение №2 к договору аренды) помещение в г. Апатиты, ул. Жемчужная, д.4А, площадью 831,6 кв.м. арендует ИП Мамедов Т.Д.О. для использования его исключительно по прямому назначению, предусмотренному пунктом 1.5 договора аренды недвижимого имущества, магазин непродовольственных товаров.

Согласно Договору № 48 от 01.07.2015 и акту выполненных работ № 239 от 01.07.2015г., заказал услуги по изготовлению и монтажу баннера и оплатил в полном объеме ИП Мамедов Т.Д.О.

Представленный макет рекламы полностью совпадает с рекламой, фактически размещенной на здании в г. Апатиты, ул. Жемчужная, д.4А.

В ходе рассмотрения обращения гражданки было установлено, что указанная наружная реклама размещалась в г. Апатиты, ул. Жемчужная, д.4А без получения

разрешительных документов в отделе архитектуры и градостроительства Администрации г. Апатиты.

23.05.2017 года отдел архитектуры и градостроительства Администрации г. Апатиты выдал предпринимателю Мамедову Т.Д.О. предписания № 01-06/01-17 и № 01-06/01-17 о демонтаже до 23 июня 2017г. рекламных баннеров самовольно размещенных на здании г. Апатиты, ул. Жемчужная, д.4А до 23 июня 2017г.

ИП Мамедов представил объяснительную и фото таблицу, из чего следует, что 14.06.2017 реклама силами предпринимателя демонтирована.

Комиссия рассмотрела рекламу с точки зрения её восприятия потребителем, учитывая в совокупности форму, способ размещения рекламы и её содержание.

Рекламные баннеры размером 1,0х30м и 1,5х3м: «Смешные цены. Самые низкие цены. Одежда, обувь для всей семьи...» были размещены на внешней стене строения в г. Апатиты, ул. Жемчужная, д.4А и направлены на неопределенный круг лиц.

Рассматриваемая реклама формирует и поддерживает интерес потребителей к товарам магазина, преследует строго заданную цель - продвижение товаров магазина «Смешные цены» на рынке.

В рекламе отсутствует информация, разъясняющая слоган «Смешные цены. Самые низкие цены», тем самым потребители рекламы вводятся в заблуждение.

Недосказанность в рекламе, создает для потребителя неясность, а ценовое сравнение принижает деятельность конкурирующих компаний, осуществляющих аналогичную деятельность на рынке г. Апатиты Мурманской области. В г. Апатиты деятельность по продаже одежды и обуви осуществляют около 40 предприятий.

Предприниматель, размещая рекламу «Самые низкие цены» должен доказать, что цены в его магазине ниже, чем в иных магазинах, осуществляющих аналогичную деятельность.

УФАС по Мурманской области в ходе рассмотрения обращения гражданки запросило у лица, заинтересованного в указанной рекламе ИП Мамедова Т.Д.О., документы подтверждающие содержание рекламы, а именно указать конкретный критерий, по которому осуществляется сравнение в рекламе и который имеет объективное подтверждение рекламной фразе «самые низкие цены»(статистическое исследование и т.п.).

Индивидуальный предприниматель Мамедов не представил подтверждение фразе, используемой в рекламе.

Заявленные в рекламе ценовые преимущества, не имеют документального и фактического обоснования.

Пунктом 29 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», определено, что использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, употребляя слово «лучший», «первый», «самый», «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).

Утверждающий слоган «Смешные цены. Самые низкие цены» вводит потребителя в заблуждения и создает неверное представление об услуге, а также носит сравнительный характер объекта рекламирования с иными услугами без объективного подтверждения в самой рекламе, что, противоречит пункту 1 части 2 и пункту 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе и ведет к нездоровой конкуренции.

Закон не предъявляет требования указать всю существенную информацию, но обязывает формировать у ее потребителя правильное (достоверное) восприятие о соответствующей продукции (товаре, услуге).

Согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «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.

Неполная информированность потребителя в рекламе, использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, путем употребления слов «самые низкие цены», без указания критерия, по которому осуществляется сравнение, вводит потребителей и хозяйствующие субъекты в заблуждение.

В силу пункта 1 части 2 статьи 5 и пункта 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.

Недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с частью 7 статьи 5 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.

Исходя из материалов дела, принимая во внимание Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58, Комиссия, признала рекламу: «Смешные цены. Самые низкие цены. Одежда, обувь для всей семьи...», распространенную 06 мая 2017 в виде баннеров на стене здания в г. Апатиты, ул. Жемчужная, д.4а, ненадлежащей и недостоверной, не отвечающей пункту 1 части 2 статьи 5 и пункту 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5

Закона о рекламе, а именно реклама содержит некорректные сравнения услуг по продаже товара предпринимателя с иными хозяйствующими субъектами, осуществляющими деятельность на аналогичном рынке, содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах организации предпринимателя перед иными субъектами реализующими аналогичные услуги и вводит потребителей рекламы в заблуждение относительно самых низких цен.

Индивидуальный предприниматель Мамедов Т. Д. О. утвердил макет рекламы, и по договору № 48 от 01.07.2015 г. с ИП Зотовым Ю.С. заказал их изготовление.

В действиях индивидуального предпринимателя Мамедова усматривается нарушение пункта 1 части 2 статьи 5 и пункта 1 части 3 статьи 5 и пункта 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ.

Предприниматель уведомлен о рассмотрении дела надлежащим образом, Определение о возбуждении дела по признакам нарушения рекламного законодательства получено 28.09.2017 (почтовое отправление № 18301615521843). ИП Мамедов Т.Д.О. не направлял дополнительные материалы и пояснения, не ходатайствовал об отложении рассмотрения дела.

Комиссия рассмотрела дело в отсутствие предпринимателя, учтя ранее представленные ИП Мамедовым Т.Д.О. документы и пояснения, а также факт устранения правонарушения.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 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, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать наружную рекламу ИП Мамедова Т. Д. О.: «Смешные цены. Самые низкие цены. Одежда, обувь для всей семьи...», распространенную 06.10.2017 на стене здания в г. Апатиты, ул. Жемчужная, д.4а, ненадлежащей и недостоверной, не отвечающей требованиям пункту 1 части 3 статьи 5 и пункта 1 части 2 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ.

2. Признать лицом, нарушившим требования пункта 1 части 3 статьи 5 и пункта 1 части 2 статьи 5, части 7 статьи 5 Закона о рекламе индивидуального предпринимателя Мамедова .

3. Предписание не выдавать в связи с устранением правонарушения в ходе рассмотрения дела.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Мурманского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ИП Мамедова Т. Д. О.

Резолютивная часть решения объявлена 10 октября 2017 года.

Решение изготовлено в полном объеме 12 октября 2017 года.

В соответствии со статьей 37 Закона о рекламе, решение, антимонопольного органа могут быть оспорены в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания.

Председатель комиссии: И.Н. Попова

Члены комиссии: С.В. Мороз

О.Е. Яшина