

РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/5-298/2022

26 апреля 2022 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 № 055/05/5-298/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения индивидуальным предпринимателем <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>, далее – ИП <...>) рекламы, нарушающей требований пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие ИП <...> (ходатайство от 26.04.2022 вх. № 4331)

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 01.03.2022 Омский УФАС России выявлен факт распространения на странице № 32 в выпуске № 5 (733) от 07.02.2022 городской общественно-политической газеты «Вечерний Омск-Неделя» рекламы: *«РЕМОНТ И СТРОИТЕЛЬСТВО Дома, дачи, бани, веранды РЕМОНТ КВАРТИР ЗАМЕНА КРОВЛИ ПО **САМЫМ НИЗКИМ ЦЕНАМ!** ВЫЕЗД МАСТЕРА НА ЗАМЕР БЕСПЛАТНО Тел.: <...>»*, содержащей признаки нарушения Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 1 статьи 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.

В пункте 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что **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.

Пункт 3 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» содержит определение товара, согласно которому **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 адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к услугам по строительству и ремонту.

Одновременно реклама содержала утверждение «ПО САМЫМ НИЗКИМ ЦЕНАМ».

По информации ООО «Омские городские СМИ», рекламодателем вышеуказанной рекламы является ИП <...> на основании договора на оказание рекламно-информационных услуг от

01.02.2022 б/н.

На запрос Омского УФАС России ИП <...> были представлены следующие пояснения: «...я, ИП <...>, являюсь рекламным агентством, которое разместило рекламный модуль заказчика в СМИ.

В выпуске № 5 от 07.02.2022 газеты «Вечерний Омск» я размещала модуль заказчика и упустила из виду фразу «По самым низким ценам», тем самым нарушив требования пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе». Я получила готовый макет непосредственно от рекламодателя по номеру WhatsApp (<...>). Рекламодатель оплатил мне за распространение как физическое лицо по карте **без заключения договора**. Я запустила макет от рекламодателя в работу, но из-за «человеческого фактора»... я упустила из вида фразу «По самым низким ценам»....».

Дополнительно ИП <...> в адрес Омского УФАС России направлен скриншот перевода на сумму 1400 руб., справка по операции, сформированная ПАО «Сбербанк» 29.03.2022, однако, указанные документы не позволяют определить назначение платежа.

Определением Омского УФАС России от 07.04.2022 в отношении ИП <...> возбуждено дело № 055/05/5-298/2022 по признакам нарушения требований пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В ответ на указанное определение ИП <...> была представлена информация, согласно которой «...В выпуске газеты «Вечерний Омск» № 5 от 07.02.2022 на стр. 32 размещена реклама «Ремонт и строительство. Дома, дачи, бани, веранды. Ремонт квартир. Замена кровли. По самым низким ценам! Выезд мастера на замер бесплатно. Тел.: <...>». В указанной рекламе использовано утверждение «по самым низким ценам», не сопровождающееся указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Указанное нарушение законодательства допущено мной неумышленно. Не осуществлен надлежащий контроль за содержанием размещаемой рекламы. Я получила готовый макет от рекламодателя. При последующем размещении нарушение было устранено...».

Рассмотрев дело № 055/05/5-298/2022, Комиссия пришла к следующим выводам.

В силу части 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Федерального 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.

В пункте 29 постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее – постановление Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации № 58) отмечено, 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.**

Данное объективное подтверждение может быть установлено победой в конкурсе, экспертным исследованием, независимой экспертизой, независимым опросом и т.д. 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.

В вышеуказанной рекламе использовано утверждение «*ПО САМЫМ НИЗКИМ ЦЕНАМ*», которое в нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не сопровождалось указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 Федерального 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 пункте 9 постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации № 58 указано, что при анализе информации, содержащейся в рекламе, судам необходимо иметь в виду, что рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся. Суды должны учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства. Поэтому реклама может быть признана недостоверной и в том случае, когда сведения, не соответствующие фактическим обстоятельствам, касаются деятельности (товара) конкурентов.

Использование сведений о преимуществах оказываемых услуг не противоречит законодательству о рекламе, в случае если такое преимущество подтверждено документально.

Использование в рекламе неточных высказываний или преувеличений относительно самого рекламодателя может создать у потребителя неверное представление о его статусе, существе оказываемых им услуг и качестве товаров.

Таким образом, 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.

В рассматриваемой рекламе содержится некорректное сравнение - сопоставление исключительности цен по отношению к другим участникам рынка (конкурентам).

Некорректность сравнения цен с ценами на аналогичные товары (услуги), реализуемые другими продавцами, следует из того, что формируется общая оценка более выгодных условий оказания услуг перед конкурентами.

Использованное словосочетание «ПО САМЫМ НИЗКИМ ЦЕНАМ» предполагает, что рекламируемые таким способом товары (услуги) должны быть востребованы со стороны потребителей с точки зрения их низкой цены. Указанная реклама свидетельствует о том, что ни один другой участник рынка не имеет таких цен на рекламируемые товары.

Исходя из определения, данного в пункте 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ИП <...> является рекламодателем.

На основании части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2 и пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Рассмотрев материалы дела, пояснения ООО «Омские городские СМИ», ИП <...>, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ИП <...> требований пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы на странице № 32 в выпуске № 5 (733) от 07.02.2022 городской общественно-политической газеты «Вечерний Омск-Неделя».

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

Учитывая, что в настоящее время вышеуказанная реклама не распространяется, что подтверждается актом осмотра от 25.04.2022, 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 42-55 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: «РЕМОНТ И СТРОИТЕЛЬСТВО Дома, дачи, бани, веранды РЕМОНТ КВАРТИР ЗАМЕНА КРОВЛИ ПО **САМЫМ НИЗКИМ ЦЕНАМ!** ВЫЕЗД МАСТЕРА НА ЗАМЕР БЕСПЛАТНО Тел.: <...>», распространенную ИП <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>) на странице № 32 в выпуске № 5 (733) от 07.02.2022 городской общественно-политической газеты «Вечерний Омск-Неделя», ненадлежащей, нарушающей требования пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ИП <...> не выдавать.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 26.04.2022.

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

Председатель Комиссии<...>

Члены Комиссии: <...>