

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 25/04-16р

г. Киров

Резолютивная часть решения оглашена 18 мая 2016 года

В полном объеме решение изготовлено 01 июня 2016 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения рекламного законодательства в составе: председатель Комиссии <...> – зам. руководителя Кировского УФАС России; члены Комиссии: <...> – главный специалист-эксперт отдела ФРИР Кировского УФАС России, <...> - специалист 1 разряда отдела ФРИР Кировского УФАС России;

секретарь Комиссии: <...> - специалист 1 разряда отдела ФРИР Кировского УФАС России;

в присутствии: заявителя – <...> – представителя ИП <...>

в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: ИП <...>,

рассмотрев дело № 25/04-16р, возбужденное по заявлению ИП <...> (<...>) в отношении ИП <...> (<...>) и ООО «Аском» (<...>), по признакам нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе») по факту размещения в газетах «Источник новостей» от 21.11.2015 г. на 5 странице, от 12.12.2015 г., от 24.10.2015 г. на 5 странице, от 14.11.2015 г. на 5 странице, от 07.11.2015 г. на 3 странице и в газете «Бизнес Новости» № 46 (358) от 22.11.2015 г. на 11 странице информации следующего содержания: «<...> По нашему мнению, именно в «Люкс Оптике», при гарантированном качестве, лучший выбор и самые низкие цены в городе на очки и контактные линзы <...>»; в газете «Источник новостей» от 28.11.2015 г. на 5 странице информации следующего содержания: «<...> Carl Zeiss и «Люкс Оптика» - это оптики полного цикла. Мы подберем очки и изготовим их за час, а поскольку мы являемся ключевыми клиентами для производителей линз и очков и с большинством из них работаем напрямую, то «Люкс Оптика» может гарантировать кировчанам не только ассортимент, но и низкие цены. <...>»; в газете «Источник новостей» от 17.10.2015 г. на 5 странице информации следующего содержания: «<...> В Детской оптике представлено более 500 моделей детских и подростковых оправ. Малыши и подростки будут в восторге от выбора. Ведь у нас представлены самые яркие шедевры в мире детской оптики. И ваш ребенок с гордостью будет носить очки! <...>»,

УСТАНОВИЛА:

В Кировское УФАС России для рассмотрения по существу поступило заявление ИП <...> о нарушении, по мнению заявителя, ИП <...> и ООО «Аском» рекламного законодательства в рекламе следующего содержания:

1. «<...> По нашему мнению, именно в «Люкс Оптике», при гарантированном качестве, лучший выбор и самые низкие цены в городе на очки и контактные линзы <...>», размещенной в газете «Источник новостей» от 21.11.2015 г. на 5 странице, а также в газетах «Источник новостей» от 12.12.2015 г., от 24.10.2015 г. на 5 странице, от 14.11.2015 г. на 5 странице, от 07.11.2015 г. на 3 странице и в газете «Бизнес Новости» № 46 (358) от 22.11.2015 г. на 11 странице;

2. «<...> Carl Zeiss и «Люкс Оптика» - это оптики полного цикла. Мы подберем очки и изготовим их за час, а поскольку мы являемся ключевыми клиентами для производителей линз и очков и с большинством из них работаем напрямую, то «Люкс Оптика» может гарантировать кировчанам не только ассортимент, но и низкие цены. <...>», размещенной в газете «Источник новостей» от 28.11.2015 г. на 5 странице;

3.«<...> В Детской оптике представлено более 500 моделей детских и подростковых оправ. Малыши и подростки будут в восторге от выбора. Ведь у нас представлены самые яркие шедевры в мире детской оптики. И ваш ребенок с гордостью будет носить очки! <...>», размещенной в газете «Источник новостей» от 17.10.2015 г. на 5 странице.

Рассмотрев заявление, антимонопольный орган считает, что спорная рекламная информация содержит признаки нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Определением от 04.04.2016 г. Кировским УФАС России возбуждено дело № 25/04-16р в отношении ИП <...> и ООО «Аском» по признакам нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в определении содержания рекламы, размещенной в газетах «Источник новостей» от 21.11.2015 г. на 5 странице, от 12.12.2015 г., от 24.10.2015 г. на 5 странице, от 14.11.2015 г. на 5 странице, от 07.11.2015 г. на 3 странице и в газете «Бизнес Новости» № 46 (358) от 22.11.2015 г. на 11 странице следующего содержания: «<...> По нашему мнению, именно в «Люкс Оптике», при гарантированном качестве, лучший выбор и самые низкие цены в городе на очки и контактные линзы <...>»; размещенной в газете «Источник новостей» от 28.11.2015 г. на 5 странице следующего содержания: «<...> Carl Zeiss и «Люкс Оптика» - это оптики полного цикла. Мы подберем очки и изготовим их за час, а поскольку мы являемся ключевыми клиентами для производителей линз и очков и с большинством из них работаем напрямую, то «Люкс Оптика» может гарантировать кировчанам не только ассортимент, но и низкие цены. <...>»; размещенной в газете «Источник новостей» от 17.10.2015 г. на 5

странице следующего содержания: «<...> В Детской оптике представлено более 500 моделей детских и подростковых оправ. Малыши и подростки будут в восторге от выбора. Ведь у нас представлены самые яркие шедевры в мире детской оптики. И ваш ребенок с гордостью будет носить очки! <...>».

Рассмотрение дела № 25/04-16р определением от 04.04.2016 г. назначено на 27.04.2016 г.

ИП <...>, уведомленная надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела, направила представителя по доверенности <...>. Представитель ИП <...> поддержала позицию, представленную в материалы дела (вх.№ 875 от 15.02.2016 г.).

ООО «Аском», уведомленное надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела, явку представителя на заседание Комиссии не обеспечило.

ИП <...>, уведомленная надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела, явку представителя на заседание Комиссии не обеспечила. От ИП <...> в материалы дела поступило ходатайство об отложении рассмотрения дела (вх.№ 2472 от 21.04.2016 г.), а также запрошенные определением от 04.04.2016 г. документы. Согласно письменным пояснениям ИП <...> действительно является ключевым клиентом для ИП <...>. В свою очередь ИП <...> является комиссионером, действующим по поручению и в интересах ООО «Плюс-Оптикс», эксклюзивного поставщика корректирующих линз Carl Zeiss Vision в Российской Федерации. Также ИП <...> указала, что детские оправы Fisher Price, которые реализуются салонами «Люкс оптика», были признаны на международной оптической выставке SILMO в Париже лучшими детскими оправками. Кроме того, ИП <...> в материалы дела были представлены копии договоров на оказание рекламных услуг, заявок, счетов, актов выполненных работ, платежных поручений, согласно которым рекламодателем рассматриваемой спорной рекламы является ИП <...>.

Комиссия, ознакомившись с представленными документами, решила ходатайство ИП <...> об отложении рассмотрения дела удовлетворить, рассмотрение дела отложить.

Рассмотрение дела № 25/04-16р определением от 27.04.2016 г. назначено на 17.05.2016 г.

Заявитель ИП <...>, уведомленная надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела, направила представителя по доверенности <...>. Представитель ИП <...> поддержала позицию, представленную в материалы дела (вх.№ 875 от 15.02.2016 г.), представила сравнительную таблицу, содержащую цены на очки и контактные линзы в магазине «Оптика Polaroid» и салоне «Люкс Оптика».

ИП <...> поддержала позицию, представленную ранее в материалы дела (вх.№ 2472 от 21.04.2016 г.), пояснила, что в спорном рекламном модуле содержится фраза «По нашему мнению, именно в «Люкс Оптике», при гарантированном качестве, лучший выбор и самые низкие цены в городе на очки и контактные линзы». Это мнение только салона «Люкс Оптика» и оно никому не навязывается.

ООО «Аском», уведомленное надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела, явку представителя на заседание Комиссии не обеспечило.

От ООО «Аском» в материалы дела поступили письменные пояснения. Согласно которым ООО «Аском» не является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

Комиссия, учитывая изложенное, решила объявить перерыв в рассмотрении дела в связи с необходимостью запроса дополнительных документов у лица, участвующего в деле.

На заседании Комиссии, состоявшемся 18.05.2016 г., представитель ИП <...> по доверенности <...> поддержала позицию, представленную ранее в материалы дела (вх. № 875 от 15.02.2016 г.), дополнительно представила сравнительный анализ цен за май 2016 года в сети магазинов, принадлежащих ИП <...> и сети магазинов, принадлежащих ИП <...>, а также товарные чеки по реализации ИП <...> очковых линз, корригирующих оправ, солнцезащитных очков и контактных линз.

ИП <...>, ООО «Аском», уведомленные надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела, явку представителей на заседание Комиссии не обеспечили.

Изучив материалы дела, Комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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.

Информация, размещенная в газетах «Источник новостей» от 21.11.2015 г. на 5 странице, от 12.12.2015 г., от 24.10.2015 г. на 5 странице, от 14.11.2015 г. на 5 странице, от 07.11.2015 г. на 3 странице и в газете «Бизнес Новости» № 46 (358) от 22.11.2015 г. на 11 странице следующего содержания: «<...> По нашему мнению, именно в «Люкс Оптике», при гарантированном качестве, лучший выбор и самые низкие цены в городе на очки и контактные линзы <...>»; в газете «Источник новостей» от 28.11.2015 г. на 5 странице следующего содержания: «<...> Carl Zeiss и «Люкс Оптика» - это оптики полного цикла. Мы подберем очки и изготовим их за час, а поскольку мы являемся ключевыми клиентами для производителей линз и очков и с большинством из них работаем напрямую, то «Люкс Оптика» может гарантировать кировчанам не только ассортимент, но и низкие цены. <...>»; в газете «Источник новостей» от 17.10.2015 г. на 5 странице следующего содержания: «<...> В Детской оптике представлено более 500 моделей детских и подростковых оправ. Малыши и подростки будут в восторге от выбора. Ведь у нас представлены самые яркие шедевры в мире детской оптики. И ваш ребенок с гордостью будет носить очки! <...>», адресована неопределенному кругу лиц (читателям газеты), поскольку распространяется в СМИ, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (салону «Люкс Оптика», реализуемым в нем товарам

(очкам и контактными линзами), способствует формированию интереса к салону «Люкс Оптика» и рекламируемым им товарам (очкам и контактными линзами), а также к их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

Ненадлежащая реклама - это реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации ([п. 4 ст. 3](#) Федерального закона «О рекламе»).

В соответствии с п. 1 ч. 3 ст. 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.

Под преимуществом следует понимать превосходство качества рекламируемого товара или оказываемой услуги по каким-либо характеристикам над качеством аналогичного товара или услуги иного/иных производителей. Как заявления о преимуществах, рассматриваются, в том числе формулировки «единственный», «лучший», «только у нас» и им подобные. В таких случаях необходимо фактическое и документальное обоснование использования этих слов, иначе реклама признается недостоверной.

В рассматриваемом случае в рекламной информации следующего содержания: «<...> По нашему мнению, именно в «Люкс Оптикe», при гарантированном качестве, лучший выбор и самые низкие цены в городе на очки и контактные линзы <...>» присутствует оценочный критерий («по нашему мнению»), который выражает субъективное мнение относительно цен на очки и контактные линзы в салоне «Люкс Оптика» и не создает преимущества очкам и контактными линзами, рекламируемым салоном «Люкс Оптика».

Кроме того, представленный в заседании Комиссии <...> – представителем ИП <...> по доверенности <...> сравнительный анализ цен за май 2016 года в сети магазинов, принадлежащих ИП <...> и сети магазинов, принадлежащих ИП <...>, не заверен надлежащим образом и при отсутствии документального подтверждения не может свидетельствовать о ценах на очки и контактные линзы ниже, чем у ИП <...>.

Согласно представленному в материалы дела письму № 82/140715 от 14.07.2015 г. ИП <...> (салон «Люкс оптика») является ключевым клиентом для ИП <...> В свою очередь ИП <...> является комиссионером, действующим по поручению и в интересах ООО «Плюс-Оптик», эксклюзивного поставщика корректирующих линз Carl Zeiss Vision в Российской Федерации. Таким образом, салоны «Люкс Оптика» действительно являются ключевыми клиентами для производителей линз и очков (в том числе корректирующих линз Carl Zeiss Vision).

Согласно представленной в материалы дела ИП <...> информации детские оправы Fisher Price были признаны лучшими детскими оправами на международной выставке SILMO-2006 в Париже. Таким образом, яркость и оригинальность исполнения детских оправ, реализуемых в салонах «Люкс Оптика» (в том числе и детских оправ Fisher Price) подтверждается ГРАН-ПРИ международной выставки очковой оптики в Париже SILMO-2006.

Оценив имеющиеся в материалах дела документы, Комиссия считает, что в действиях ИП <...> и ООО «Аском» факт нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» не нашел своего подтверждения, поэтому дело № 25/04-16р подлежит прекращению.

Руководствуясь абзацем «а» пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № 25/04-16р прекратить, в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела в действиях ИП <...> и ООО «Аском» наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.