

ОПРЕДЕЛЕНИЕ о возбуждении дела №08 -194/2016 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

ИП-08/12304 от 01.09.2016г.

31 августа 2016 года
Казань

г.

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...>-<...>, рассмотрев материалы в отношении <...> по факту размещения и распространения на территории г.Казани Республики Татарстан рекламной листовки магазина школьной формы «Sky Lake», в котором содержится пометка следующего содержания **«школьная форма №1 в России Sky Lake»**, имеющих признаки нарушения Федерального закона от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе»

УСТАНОВИЛ:

Татарстанское УФАС России в ходе осуществления в соответствии с пунктом г) части 2 Положения о государственном надзоре в области рекламы, утвержденного постановлением Правительства РФ от 20.12.2012 N 1346 наблюдения за исполнением органами государственной власти, органами местного самоуправления, юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями деятельности обязательных требований, установленных Законом о рекламе, установлено факт распространения на территории г.Казани Республики Татарстан следующей рекламной листовки магазина школьной формы «Sky Lake», в котором содержится пометка следующего содержания **«школьная форма №1 в России Sky Lake»**:

Исходя из анализа содержания указанной вывески установлено, что информация содержащегося в ней направлена на привлечение внимания потребителей (граждан) к товарам – школьным формам реализуемым в фирменных магазинах «Sky Lake» в г.Казани по адресу: ул.Зорге, д. 1А, школа №79.

Согласно сведениям, содержащимся на сайте www.skylake.ru (распечатка прилагается к материалам), который также указан в рекламной листовке, лицом осуществляющим деятельность по реализации одежды, в том числе школьной формы в магазинах «Sky Lake», является <...>.

В пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе дано понятие рекламы — 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.

В пункте 2 статьи 3 Закона о рекламе дано понятие объекта 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.

Таким образом, целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, способных вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования.

Сообщение рекламного характера о предоставлении скидок в магазинах «Sky Lake» и о реализации в данных магазинах школьной формы, которые исходя из содержания рекламной листовки являются «№1 в России», распространявшееся в виде листовок на территории г.Казани Республики Татарстан, содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке товаров, призвана формировать и поддерживать интерес к товарам, реализуемым в магазинах «Sky Lake» (<...>).

В данном случае рассматриваемая реклама, направлена именно на привлечение внимания к хозяйственной деятельности <...> по реализации школьной формы в магазинах «Sky Lake», на формирование интереса у неопределенного круга лиц на товары <...>, реализуемые в магазинах «Sky Lake».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации является ненадлежащей.

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

В соответствии с пунктами 1 и 4 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 и (или) является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

При этом, статьей 14.3 Закона о защите конкуренции установлено, что актом недобросовестной конкуренции признается сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов, в том числе "первый", "номер один", иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными.

В рекламной листовке магазина «Sky Lake» отсутствуют какие-либо указания конкретных характеристик или параметров, на которых основаны сравнения

школьной формы, реализуемой <...> в магазинах «Sky Lake» имеющих объективное подтверждение, что данная школьная форма является №1 в России, а также не указаны иные ссылки на анализы и исследования, подтверждающие превосходство школьной формы, реализуемой <...> в магазинах «Sky Lake» по сравнению с аналогичными товарами иных хозяйствующих субъектов и (или) индивидуальных предпринимателей на территории г.Казани Республики Татарстан.

Таким образом, вышеуказанная реклама товаров – школьной формы, реализуемой <...> в магазинах «Sky Lake», распространяемая в виде рекламных листовок на территории г.Казани Республики Татарстан содержит признаки недобросовестной рекламы не соответствующей п.1 и 4 ч.2 ст.5 Закона «О рекламе», в части содержания некорректного сравнения школьной формы, реализуемой <...> в магазинах «Sky Lake» с аналогичными товарами иных хозяйствующих субъектов и (или) индивидуальных предпринимателей путем использования обозначения «№1», без указания конкретных характеристик и (или) параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, что данная школьная форма является «№1» в России, а также без указания ссылок на анализы и исследования, подтверждающие превосходство данного товара.

Из положений части 6 статьи 38 Закона о рекламе следует, что за нарушение требований, установленных пунктами 1 и 4 части 2 статьи 5 Закона о рекламе несет ответственность рекламодаделец.

В рассматриваемом случае предполагаемым рекламодателем является: <...>, которая осуществляет деятельность по реализации одежды, в том числе школьной формы в магазинах «Sky Lake».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1,2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20,21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу **№08 - 194/2016** по признакам нарушения п.1 и 4 ч.2 ст.5 Закона «О рекламе», по факту размещения и распространения на территории г.Казани Республики Татарстан рекламы, в котором содержится некорректное сравнение школьной формы, реализуемой <...> в магазинах «Sky Lake» с аналогичными товарами иных хозяйствующих субъектов и (или) индивидуальных предпринимателей путем использования обозначения «№1», без указания конкретных характеристик и (или) параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, что данная школьная форма является №1 в России, а также без указания ссылок на анализы, исследования, подтверждающие превосходство данного товара.

2. Назначить дело **№08-194/2016** к рассмотрению на **27 сентября 2016 года в 11 часов 00 мин.** по адресу: г. Казань, ул. Московская, д.55, 2-й этаж, зал заседаний.

3. Признать лицами, участвующими в деле, в чьих действиях содержатся признаки

нарушения Закона о рекламе: являвшегося рекламодателем вышеуказанной рекламы – <...>.

4. <...> в срок **до 20 сентября 2016 года** представить в Татарстанское УФАС России следующие документы.

4.1. Информацию о том, на территории каких субъектов Российской Федерации в период с 2015-2016 года распространялась рекламные материалы в виде листовок о школьных формах, реализуемых в магазинах «Sky Lake», при распространении которых использовались некорректные сравнения товаров (школьной формы) с аналогичными товарами, путем указания обозначения «школьная форма №1 в России».

4.2. Копии всех договоров на изготовление, размещение и распространение рекламных материалов, указанных в пункте 4.1 настоящего определения, с приложением документов подтверждающих исполнение указанного договора (акт выполненных работ, счет на оплату, платежное поручение и т.д.).

4.3. Информация о должностном лице, ответственном за разработку, размещение и распространение рекламных материалов, указанных в пункте 4.1 настоящего определения, с приложением копии документа удостоверяющего личность, содержащего информацию о дате рождения, место рождения, кем и когда выдан данный документ, адреса места регистрации (жительства), копии приказов о приеме на работу, должностных инструкции.

4.4. Сведения о видах деятельности, фактически осуществляемых в 2015-2016 годах, с указанием объема (в тыс.руб.) выполненных работ (оказанных услуг) по каждому виду деятельности, с приложением подтверждающих документов (бух. Балансы, отчеты от прибылях и убытках, налоговые декларации и т.п.).

4.5. География осуществления деятельности магазинов «Sky Lake», с указанием адресов (регион, город, улица, дом (строение и т.п.), помещение (офис и т.п.)) по которым осуществляется деятельность.

4.6. Информация о том, на территории каких субъектов Российской Федерации распространялась рекламные материалы, указанные в пункте 4.1 настоящего определения.

4.7. Письменные пояснения по фактам, изложенным в настоящем определении.

В случае, если какие-либо пункты не реализованы (отсутствуют), указать мотивированную причину отсутствия данных документов или сведений.

При подготовке ответа на данный запрос, просим формировать ответ по пунктно, согласно списку запрашиваемой информации, а также в сопроводительном письме необходимо указать ссылку на исходящий номер <...> указанный в левом верхнем углу первой страницы запроса.

Непредставление в установленный срок сведений по требованию антимонопольного органа, либо представление заведомо недостоверных сведений (информации) влечёт административную ответственность,

предусмотренную частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Явка ответчика по делу или его законного представителя, а также лиц, участвующих в деле (с доверенностью на участие в рассмотрении настоящего дела), обязательна.

Председатель Комиссии
<...>

