

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 39/16 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

О РЕКЛАМЕ

«18» марта 2016 г.г. Новосибирск

Председатель Комиссии Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, Н.П. Камнева – заместитель руководителя управления, рассмотрев материалы по факту размещения на сайте в сети Интернет: <http://news.ngs.ru/articles/2371613/> информации,

УСТАНОВИЛ:

В Новосибирское УФАС России поступило обращение физического лица (вх. № 500э от 09.02.2016 г.) по факту размещения в сети Интернет: <http://news.ngs.ru/articles/2371613/> информации следующего содержания: «Торговый университет (СибУПК) Лучший ВУЗ Новосибирска. Общежитие иногородним. Прием документов с 1 марта. siburk.su Адрес и телефон», с признаками нарушения Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Закон о рекламе).

Как указывает заявитель, слово «лучший», в данном случае, является некорректным сравнением товара (услуги) данного вуза по отношению к иным образовательным учреждениям, также отсутствует указание на какой-либо критерий сравнения.

Новосибирским УФАС России в ходе рассмотрения указанного обращения установлено следующее.

В силу ст.3 Закона о рекламе, 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.

Реклама призвана быть убеждающей по своему характеру с тем, чтобы привлечь внимание новых потребителей к товару (объекту рекламирования), сформировать положительное представление о нем и необходимое рекламодателю для продвижения товара позитивное отношение к нему. Признаком рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту рекламирования для продвижения его на рынке, поддержать интерес к нему и закрепить его образ в памяти потребителя.

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; под товаром понимается

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

Рассматриваемая информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (образовательному учреждению – Сибирскому университету потребительской кооперации (далее - СибУПК), наличию общежития у ВУЗА для иногородних студентов), формирование интереса к нему и его продвижение на рынке, следовательно, в полной мере отвечает всем признакам определения «реклама».

В соответствии с п.1 ч.2 ст.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.

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.

Согласно п.1 ч.3 ст.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.

В силу п. 20 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

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.

Данная реклама, не сопровождается таким подтверждением, следовательно, имеются основания считать ее недостоверной как содержащую не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Указанная рекламная информация способна вызвать неверные представления у потребителей относительно объекта рекламирования и отрицательно повлиять на осознанный выбор учебного заведения абитуриентами.

Данные факты указывают на признаки нарушения п.1 ч.2 ст.5, п.п. 1, 20 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение ч.ч.2,3,7 ст.5 Закона о рекламе несет рекламодатель (ч.7 ст. 38 Закона о рекламе).

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

Согласно ответу ООО «ЯНДЕКС» рекламодателем в данной рекламы является СибУПК

Размещение данной рекламы осуществлялось на основании договора на оказание услуг по размещению рекламных материалов рекламодателя в сети Интернет, заключенного между Яндексом и рекламодателем на условиях оферты. Заключение указанного договоров осуществлялось посредством акцепта рекламодателем оферты, в порядке, предусмотренном разделом 7 оферты.

Размещение рассматриваемой рекламы осуществлялось в период со 02.02.2016 г. по 10.02.2016 г.

В соответствии с п. 3.3. оферты, рекламодатель предоставляет Яндексу рекламные материалы в готовой для распространения в виде рекламы форме и гарантирует соответствие составленных и предоставленных Яндексу рекламных материалов всем требованиям действующего законодательства РФ.

С учетом изложенного, принимая во внимание представленные документы и пояснения, рекламодателем рассматриваемой рекламы является СибУПК.

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, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 39/16 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

заявитель – физическое лицо;

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – Частное образовательное учреждение высшего образования Центросоюза РФ «Сибирский Университет потребительской кооперации» (ИНН/КПП 5404105512/540401001, адрес: 630087, г. Новосибирск, пр. К.Маркса, 26).

3. Назначить дело № 39/16 к рассмотрению на «19» апреля 2016г. в 15-30 часов по адресу: г. Новосибирск, ул. Кирова, 3, к. 1007.

4. СибУПК до 08.04.2016 г. представить в адрес Новосибирского УФАС России:

- свидетельство о государственной регистрации лица, свидетельство о постановке лица на налоговый учет, устав, документ о назначении руководителя;

- документы, по факту размещения указанной рекламной информации (договор с рекламораспространителем, акты, макеты, счета, платежные документы, иное);

- Торговый университет (СибУПК) Лучший ВУЗ Новосибирска...

- отзыв на данное определение.

Документы представляются в прошитом виде, с сопроводительным письмом в копиях, заверенных юридическим лицом (синяя печать, дата, подпись, расшифровка), с указанием всех приложений. В случае отсутствия какого-либо из перечисленных документов необходимы письменные пояснения.

В соответствии с ч.6 ст.19.8 Кодекса РФ об административных правонарушениях, 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) - 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.

Явка представителя СибУПК, в действиях которой содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, с надлежащим образом оформленной доверенностью на участие в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, обязательна.

Кроме того, обращаем Ваше внимание, в доверенности представителя Общества должна содержаться ссылка на представление интересов в антимонопольном органе (Новосибирском УФАС России) с указанием номера дела, включая право на получение приглашения на составление протокола об административном правонарушении представителя Общества.

В соответствии с ч. 25 главы IV «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», стороны и заинтересованные лица со дня возбуждения дела вправе знакомиться с материалами дела (за исключением сведений, составляющих государственную и иную охраняемую законом тайну) и делать выписки из них; давать устные и письменные объяснения; представлять доказательства по делу и участвовать в их исследовании; заявлять ходатайства; делать заявления; возражать против заявлений и доводов других лиц; пользоваться другими правами, предусмотренными законодательством РФ.