

## РЕШЕНИЕ

«22» ноября 2010г. г. Брянск

Комиссия Брянского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: <...>

рассмотрев дело № 171 в отношении ИП <...> по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в присутствии лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – представителя ИП <...> по доверенности от 17.11.2010г. и представителя Заявителя - <...>

### УСТАНОВИЛА:

29 октября 2010г. в адрес Брянского УФАС поступила жалоба на действия ИП <...>, выразившиеся в распространении недостоверной рекламы на рекламных листовках фирменной секции «Милавица», расположенной по адресу: ТЦ «Московский», г. Брянск, м-н Московский, 44Б, о наличии самых низких цен на товары бренда «Милавица».

Данная торговая секция не является фирменным представительством компании «Милавица» согласно официальному сайту [www.milavitsa.com](http://www.milavitsa.com).

Также цены на товары являются далеко не самыми низкими согласно представленному <...> прайс-листу.

Согласно статье 33 ФЗ от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ 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; объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие.

Данная информация является рекламой, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования и продвижение его на рынке при осуществлении предпринимательской деятельности.

Тем самым, данная реклама нарушает требования п. 4 и п. 20 ч. 3 ст. 5 ФЗ № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года «О рекламе», в соответствии с которой недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара, а также об изготовителе или продавце.

Согласно п. 4 ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

На рассмотрении дела, представитель ИП <...> заявил, что в настоящее время данные рекламные листовки в секции «Милавица» не распространяются, секция не является фирменной, а также утверждение о самых низких ценах среди конкурентов является лишь предположением. Из слов представителя ИП <...> данных рекламных листовок не изготавливала и не распространяла. Однако представитель Заявителя утверждает, что данные листовки находились в свободном доступе на прилавке магазина, а также распространялись продавцами в магазине ИП <...>

Ссылки представителя в письменных объяснениях ИП <...> на нормы КоАП РФ не состоятельны, т.к. рассмотрение дела по признакам нарушения законодательства о рекламе регламентируется Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006г. № 508. Также довод представителя ИП <...> о том, что ИП <...> является конкурентом и всякими действиями препятствует осуществлению деятельности ИП <...>, надуман, т.к. ИП <...> естественно как конкурент и как фирменный представитель компании «Милавица» с более низкими ценами на такие же товары обратилась в антимонопольный орган за защитой своих прав от недобросовестной конкуренции.

В соответствии со ст. 3 ФЗ от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное лицо, определившее объект рекламирования. Рекламодателем данной рекламы является ИП <...> В соответствии с ч. 6 ст. 38 указанного закона ответственность за данное нарушение несет рекламодаделец.

На основании вышеизложенного Комиссией установлено нарушение законодательства о рекламе, выразившееся в распространении ненадлежащей рекламы, не соответствующей требованиям п. 4 и п. 20 ч. 3 ст. 5 ФЗ № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года «О рекламе».

Руководствуясь п. 1 части 2 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, Комиссия

### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ИП <...> на рекламных листовках фирменной секции «Милавица», расположенной по адресу: ТЦ «Московский», г. Брянск, м-н Московский, 44Б, о наличии самых низких цен на товары бренда «Милавица», поскольку она не соответствует требованиям п. 4 и п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать.

3. Дело об административном правонарушении, предусмотренное ч. 1 ст. 14.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях не возбуждать.

Решение изготовлено в полном объеме "22" ноября 2010 г.

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

Председатель Комиссии: <...>