

РЕШЕНИЕ
по делу № 03-21/25-2017
о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«03» апреля 2017 года г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «30» марта 2017 года

Полный текст решения изготовлен: «03» апреля 2017 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии,

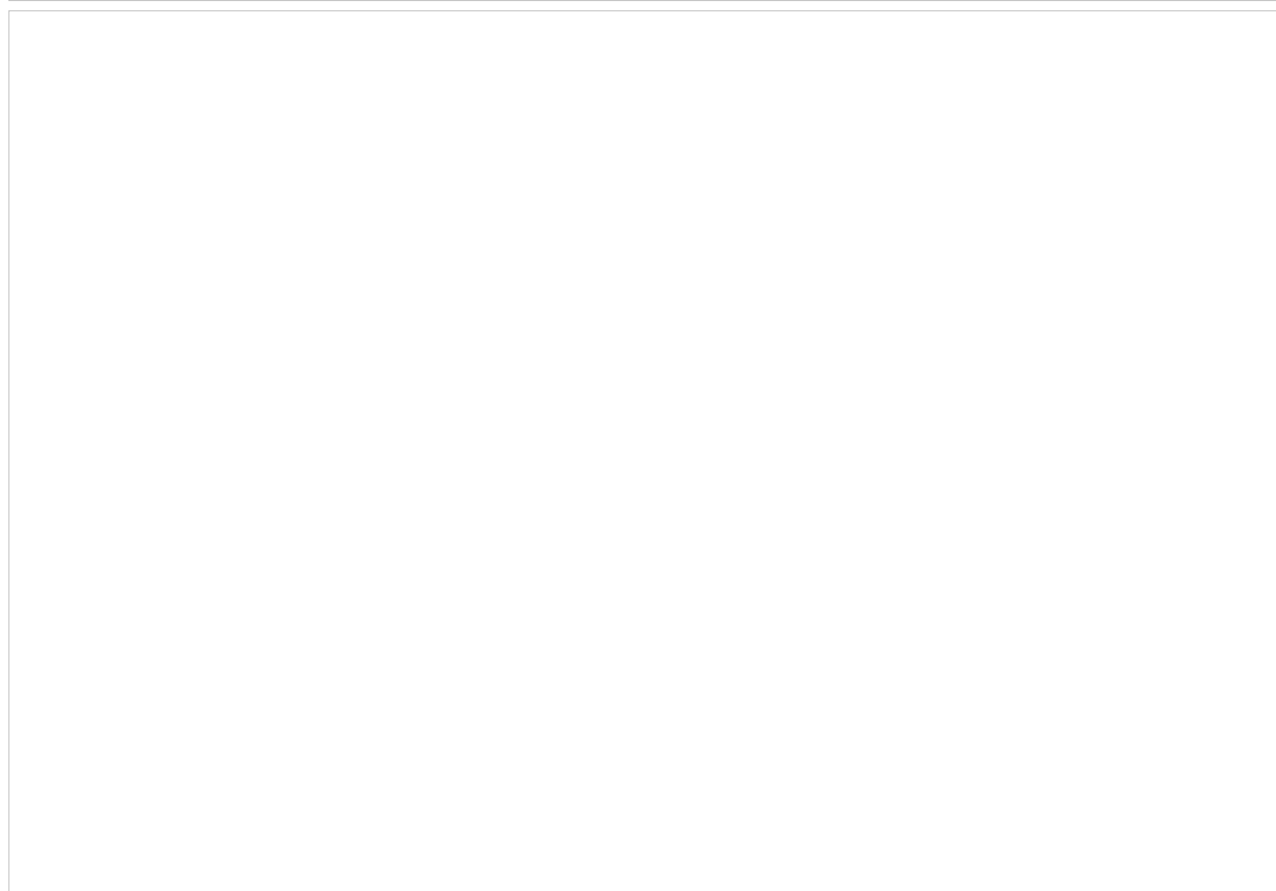
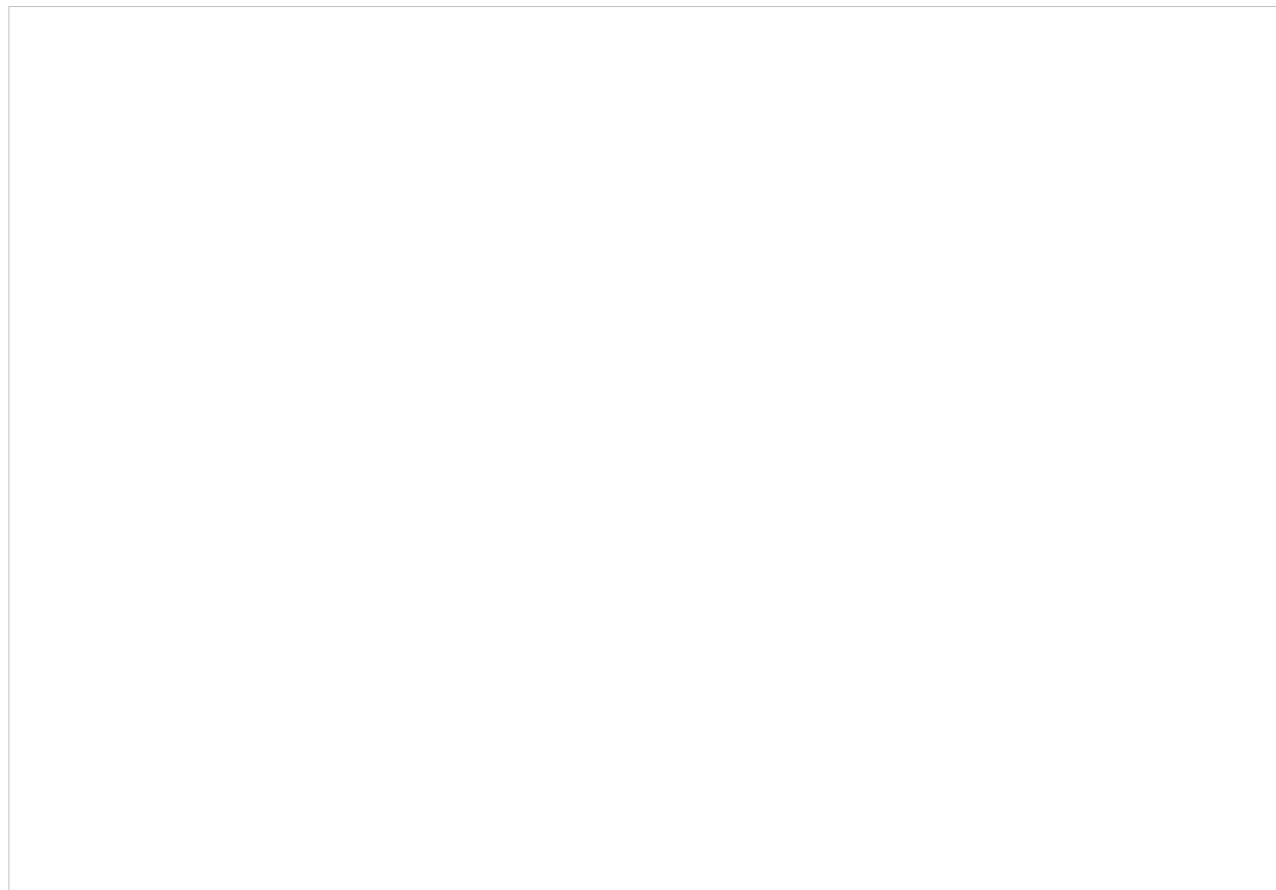
член Комиссии,

член Комиссии,

рассмотрев дело № 03-21/25-2017, возбужденное по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, части 9 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) в отношении ИП Б. по факту размещения в городе Волжск рекламы «Технологии интерьеров. Окна. Самые низкие цены в городе» на фасаде здания по адресу ул.Ленина, 35а, в отсутствие ИП Б. либо его представителя, надлежащим образом уведомленного о дате, времени, месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) при осуществлении мониторинга рекламы 22.12.2016 в городе Волжск установлен факт распространения рекламы «Технологии интерьеров. Окна. Самые низкие цены в городе» на фасаде здания по адресу ул.Ленина, 35а следующего содержания:



По факту размещения указанной рекламы Марийским УФАС России возбуждено дело о нарушении законодательства о рекламе №03-21/25-2017 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, части 9 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее- Закон о рекламе).

ИП Б. в письменных пояснениях от 17.02.2017 вх.№1539 указал, что

утверждение «Самые низкие цены в городе» относится к одному из видов реализуемых товаров - окнам. Данное утверждение приведено со слов покупателей индивидуального предпринимателя, низкие цены на оконные конструкции достигаются благодаря низкой наценке на готовые изделия.

Индивидуальный предприниматель Б. на заседание комиссии не явился, своих представителей не направил. Комиссия считает возможным рассмотреть дело в отсутствие ИП Б., надлежащим образом уведомленного о дате, времени, месте рассмотрения дела.

Комиссия Марийского УФАС России, рассмотрев полученные в ходе рассмотрения материалы и документы, письменные и устные пояснения лиц, участвующих в рассмотрении дела, приходит к выводу о нарушении законодательства о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы на основании следующего.

В соответствии со статьей 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.

Под объектом рекламирования понимают 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 (статья 3 Закона о рекламе).

Из содержания рекламной информации следует, что объектом рекламирования являются компания «Технологии интерьеров», реализуемые товары и услуги (окна, двери, натяжные потолки, и др.).

Рассматриваемая информация является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 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 рекламе сообщается, что компанией «Технологии интерьеров» реализуются окна по «самым низким ценам в городе».

Пунктом 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О

рекламе» установлено: 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 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 ([пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе](#)).

Применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени, например, утверждений о «самом», «лучшем», «абсолютном», «единственном», «№1» и т.п., действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодатель не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства. При этом 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.

В рекламе в отношении предлагаемого товара «окна» сообщается, что на данный товар «самые низкие цены в городе», однако указанное утверждение не подтверждается фактическими данными. Таким образом, рассматриваемая реклама содержит недостоверные сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами.

На основании изложенного, реклама «Технологии интерьеров. Окна. Самые низкие цены в городе» нарушает требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 19 Закона о рекламе распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламораспространителем, с соблюдением

требований настоящей статьи. Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

Согласно части 9 статьи 19 Закона о рекламе установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее также - разрешение), выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в частях 5, 6, 7 настоящей статьи законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Администрация городского округа «Город Волжск» в письме от 15.02.2017 исх. №596 указала, что владелец спорной рекламной конструкции неизвестен, заявления на получение разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции не поступали.

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает также требования части 9 статьи 19 Закона о рекламе, поскольку установлена в отсутствие разрешения и согласования органа местного самоуправления на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

При рассмотрении поступивших материалов Марийским УФАС России установлено, что деятельность под наименованием «Технологии Интерьеров» осуществляет ИП Б.

В письменных пояснениях от 03.03.2017 вх.№2368 ИП Б. указал, что рассматриваемая реклама размещалась на основании устной договоренности с владельцем здания, плата за размещение рекламы не взимается.

На основании изложенного, рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП Б. В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе установлена для рекламодателя. В соответствии с частью 6 статьи 38

Закона о рекламе за нарушение требований части 9 статьи 19 Закона о рекламе установлена ответственность рекламодателя.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламодателям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

ИП Б. в ходе рассмотрения дела представлены фотоматериалы, свидетельствующие о замене рекламного банера, в котором исключена надпись «самые низкие цены в городе».

Однако сведения о получении разрешения на установку и эксплуатацию указанной конструкции индивидуальным предпринимателем на момент рассмотрения дела не представлены.

Марийское УФАС России, изучив представленные в материалы дела доказательства, считает необходимым выдать предписание о прекращении нарушения части 9 статьи 19 Закона о рекламе ИП Б.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 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 «Технологии интерьеров. Окна. Самые низкие цены в городе», размещенную в городе Волжск на фасаде здания по адресу ул.Ленина, 35а, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5, части 9 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать индивидуальному предпринимателю Б. предписание о прекращении нарушения части 9 статьи 19 Закона о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в соответствии со статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии
Члены Комиссии

