

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 15

о назначении административного наказания по делу № 04-5/31
об административном правонарушении

31 марта 2017 г.

г. Хабаровск

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю ..., рассмотрев протокол об административном правонарушении от 31 марта 2017 года и материалы дела № 04-5/31 об административном правонарушении, в отношении индивидуального предпринимателя <...> в связи с распространением ненадлежащей рекламы,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Хабаровского УФАС России поступило обращение (вх. № 4/781 от 30.01.2017 г.) о нарушении рекламного законодательства при распространении на территории г. Хабаровска наружной рекламы салона оптики «Айкрафт».

В результате визуального осмотра рекламы 03.02.2017 г. установлено, что на здании торгового центра «Макси Молл» (ул. Ленинградская, 28,) размещена наружная реклама следующего содержания: «Оправа + линзы + работа всего за 1900 рублей. Оптика «Айкрафт». Сеть оптик в России № 1. ТК «Макси Молл», желтая линия, 1 этаж. www.eyekraft.ru.».

Кроме того, в отношении данной рекламы в приемную Президента Российской Федерации в Дальневосточном федеральном округе в ходе личного приема граждан поступило обращение (вх. № 524 от 09.02.2017 г.), в котором заявитель также усмотрел в рекламной информации «Айкрафт». Сеть оптик в России № 1» нарушение рекламного законодательства.

Данное заявление передано в Хабаровское УФАС России для рассмотрения по подведомственности.

Проанализировав рекламу с точки зрения Федерального закона «О рекламе» (далее Закон) установлено следующее.

Распространяемая наружная информация носит рекламный характер, отвечает всем признакам рекламы, установленным статьей 3 Закона, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – сети оптик «Айкрафт», формированию и поддержанию интереса к ним и продвижению на рынке.

Присутствующее в рекламе словосочетание «Сеть оптик в России № 1» указывает на превосходство магазинов под указанным брендом над аналогичными продавцами и их марками, поскольку «№1» подразумевает, что сеть оптик «Айкрафт», являясь первой в России из числа других оптик, обладает более высокими достоинствами и преимуществом перед остальными.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда (№ 58 от 8 октября 2012 г.) «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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, например путем употребления слов "лучший", "первый", "номер один", 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.

Таким образом, поскольку указание в рекламе оптик «Айкрафт» на статус «№1» использовано в качестве сравнения с другими участниками рынка, для утверждения такого статуса необходимо наличие оснований, позволяющих судить о таком превосходстве перед конкурентами.

Из текста рекламы не представляется возможным сделать вывод о том, по каким критериям сеть оптик «Айкрафт» является «Первой в России».

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона 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.

Следовательно, реклама «Оптика «Айкрафт». Сеть оптик в России № 1», содержащая утверждение в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, нарушает указанные требования Закона.

Кроме того, на основании пункта 1 части 2 статьи 5 Закона недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Некорректное сравнение в рекламе выражено в том, что рекламодатель определил сеть оптик «Айкрафт», как № 1 в масштабах России, не указав конкретный источник информации: результаты исследований, определенный рейтинг, критерий, по которому рекламируемые оптики признаны лучшими.

Таким образом, при оценке текста рекламы «Оптика «Айкрафт». Сеть оптик в России № 1» рекламному законодательству следует вывод, что в рекламе приводятся недостоверные сведения об объекте рекламирования, его превосходстве (преимущество) над иными хозяйствующими субъектами, и допущено некорректное сравнение с конкурентами, что является нарушением пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение указанных требований несет рекламодатель.

В соответствии с дополнительным соглашением № 1 к договору аренды нежилых помещений ТК «Макси Молл» (№ 01=04/0232ТК/14 от 21.04.2014 г., заключенному между ООО «ВМК Капитал» и ИП <...>., рекламное место № 8 по адресу: г. Хабаровск, ул. Ленинградская, 28, предоставлено в пользование ИП <...> под размещение баннера.

На основании акта приема-передачи рекламных конструкций ИП <...> принял рекламную конструкцию под размещение баннерной рекламы. Данный передаточный акт подтверждает факт ее передачи по договору.

Следовательно, рекламодателем является индивидуальный предприниматель <...>.

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламораспространителем законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) влечет наложение административного штрафа.

В соответствии с частью 3.5 статьи 4.1, статьи 4.1.1 КоАП РФ административное наказание в виде предупреждения назначается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

Являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II КоАП РФ или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 КоАП РФ, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ.

В соответствии со сведениями из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства от 21.03.2017 г. ИП <...> является субъектом малого предпринимательства и относится к категории «малое предприятие».

Административное правонарушение, совершенное ИП <...>., не входит в перечень административных правонарушений, указанных в ч. 2 ст. 4.1.1 КоАП РФ. ИП <...> ранее не привлекался к административной ответственности за правонарушения, выявленные в ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе.

На рассмотрение дела индивидуальным предпринимателем <...> представлен фотоотчет, свидетельствующий о добровольном устранении нарушения рекламного законодательства путем демонтажа ненадлежащей наружной рекламы на здании ТЦ «Макси Молл».

Учитывая наличие указанных обстоятельств, руководствуясь частями 1, 2 статьи 3.5, частью 1 статьи 4.1.1, статьями 23.48, 29.9, а также частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛА:

Признать индивидуального предпринимателя <...> виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить ему наказание в виде предупреждения.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП, а также частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статье 31.1 КоАП постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.