

Исх. АР-08/15797 от 21.10.2019

На основании приказа Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан от 04.09.2019 г. №01/379-пр была проведена внеплановая выездная проверка в отношении общества с ограниченной ответственностью «Гипермаркет «Кольцо» (420107, РТ, г. Казань, ул. Петербургская, д. 1, пом. 41, ОГРН 1191690075257, ИНН 1655423560).

Акт составлен специалистом-экспертом, участником инспекции <...>

С копией приказа о проведении проверки ознакомлен:

_____ (Ф.И.О.
руководителя, иного должностного лица проверяемого лица, уполномоченного
представителя с указанием даты, времени ознакомления)

Проверка проводилась инспекцией в составе:

Руководитель инспекции: <...> – (должностное лицо)

Члены инспекции: <...> – (должностное лицо)

<...> – (должностное лицо)

Предметом проверки являлась проверка соблюдения ООО «Гипермаркет «Кольцо» требований Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе».

Целью и задачей настоящей проверки является исполнение государственной функции по выявлению/пресечению нарушений законодательства о рекламе в связи с проводимым наблюдением за соблюдением обязательных требований законодательства о рекламе.

Период, за который проведена проверка соблюдения законодательства о рекламе, с 7 октября 2019г. по 21 октября 2019 года.

ПРОВЕРКОЙ УСТАНОВЛЕНО:

В ходе проверки установлены признаки нарушения законодательства о рекламе в следующих рекламных материалах:

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с п. 9 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» при анализе информации, содержащейся в рекламе, судам необходимо иметь в виду, что рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся.

Суды должны учитывать, что 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.

Поэтому реклама может быть признана недостоверной и в том случае, когда сведения, не соответствующие фактическим обстоятельствам, касаются деятельности (товара) конкурентов.

Согласно пункту 4 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

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 соответствии с п. 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего.

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 (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Данная реклама расположена у входа в ООО «Гипермаркет «Кольцо» на первом этаже и установлены друг напротив друга.

В соответствии с договором на право размещения и демонстрации рекламных материалов №22/19 от 29.08.2019 г. реклама с текстом: «НЕ ОБОРАЧИВАЙСЯ! ЭТО НЕ АКТУАЛЬНО! ТЕПЕРЬ У НАС САМЫЙ БОЛЬШОЙ ОБЕД! ЦЕЛЫЙ КИЛОГРАММ ЕДЫ! 239 Р ВЫХОД НА 1 КГ ФУДКОРТ 3 ЭТАЖ» принадлежит ИП Зайнуллиной Зинире Зиннуровне (ИНН: 024801826720; ОГРНИП: 318169000224239).

Согласно договору на право размещения и демонстрации рекламных материалов №10/19 от 16.09.2019 г. реклама с текстом: «САМЫЙ БОЛЬШОЙ ЛАНЧ НА ФУДКОРТЕ 290 р. БУДНИ С 12 ДО 16» принадлежит ИП Йардым Мехмет (ИНН: 165719234270; ОГРНИП: 318169000066290).

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона «О рекламе» ответственность за нарушение пунктов 1, 4 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 несет рекламодатель, т.е. ИП Зайнулина Зинира Зиннуровна, а также ИП Йардым Мехмет.

Согласно части 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе» не допускается размещение рекламы

информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

Под информационной продукцией согласно статьи 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» понимаются предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция СМИ, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий, посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе Интернета, и сетей подвижной радиотелефонной связи.

Согласно части 3 статьи 6 Федерального Закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с требованиями настоящего Федерального закона по следующим категориям информационной продукции:

- 1) информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет;
- 2) информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет;
- 3) информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет;
- 4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет;
- 5) информационная продукция, запрещенная для детей (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную частью 2 статьи 5 настоящего Федерального закона).

Согласно части 7 статьи 5 Закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с п. 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе).

В соответствии с договором аренды № 001-О от 01.08.2008 г., а также дополнительным соглашением к нему от 17.05.2012 г. ОАО «Гипермаркет «Кольцо» предоставило нежилое помещение в здании по адресу: РТ, г. Казань, ул. Петербургская, д. 1 ООО «КАРО ФильмМенеджмент» (ИНН: 7702552238; ОГРН: 1057746148910).

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона «О рекламе» за нарушение части 10.1 статьи 5 несет ответственность рекламодатель, т.е. ООО «КАРО ФильмМенеджмент».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ:

По результатам проведения внеплановой выездной проверки соблюдения ООО «Гипермаркет «Кольцо» норм Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» выявлены следующие факты:

реклама с текстом: «НЕ ОБОРАЧИВАЙСЯ! ЭТО НЕ АКТУАЛЬНО! ТЕПЕРЬ У НАС САМЫЙ БОЛЬШОЙ ОБЕД! ЦЕЛЫЙ КИЛОГРАММ ЕДЫ! 239 Р ВЫХОД НА 1 КГ ФУДКОРТ 3 ЭТАЖ», размещенная на основании договора на право размещения и демонстрации рекламных материалов №22/19 от 29.08.2019 г. с Зайнуллиной Зинирой Зиннуровной (ИНН: 024801826720; ОГРНИП: 318169000224239) содержит признаки нарушения пунктов 1, 4 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе»;

реклама с текстом: «САМЫЙ БОЛЬШОЙ ЛАНЧ НА ФУДКОРТЕ 290 р. БУДНИ С 12 ДО 16» размещенная на основании договора на право размещения и демонстрации рекламных материалов №№10/19 от 16.09.2019 г. с ИП Йардым Мехмет (ИНН: 165719234270; ОГРНИП: 318169000066290). содержит признаки нарушения пунктов 1, 4 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе»;

реклама с текстом: «BEAT WEEKEND 9-13.10...» размещенная на основании договора аренды № 001-О от 01.08.2008 г., а также дополнительного соглашения к нему от 17.05.2012 г. ООО «КАРО ФильмМенеджмент» (ИНН: 7702552238; ОГРН: 1057746148910) содержит признаки нарушения части 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе».

Запись в Журнал учета проверок юридического лица, внесена:

(подпись проверяющего)
п р е д с т а в и т е л я
юридического лица, индивидуального

(подпись уполномоченного
предпринимателя, его уполномоченного
представителя)

Журнал учета проверок юридического лица, индивидуального предпринимателя, проводимых органами государственного контроля (надзора), органами муниципального контроля, отсутствует:

(подпись проверяющего)
п р е д с т а в и т е л я
юридического лица, индивидуального

(подпись уполномоченного
предпринимателя, его уполномоченного
представителя)

Подписи лиц, проводивших проверку:

Руководитель инспекции:

<...> – (должностное лицо)

Члены инспекции:

<...> – (должностное лицо)

<...> – (должностное лицо)

