

Решение по делу № 03-21/13-2016

о признании рекламы ненадлежащей

«08» апреля 2016 года
Йошкар-Ола

г.

Резолютивная часть решения объявлена: «06» апреля 2016 года

Полный текст решения изготовлен: «08» апреля 2016 года

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

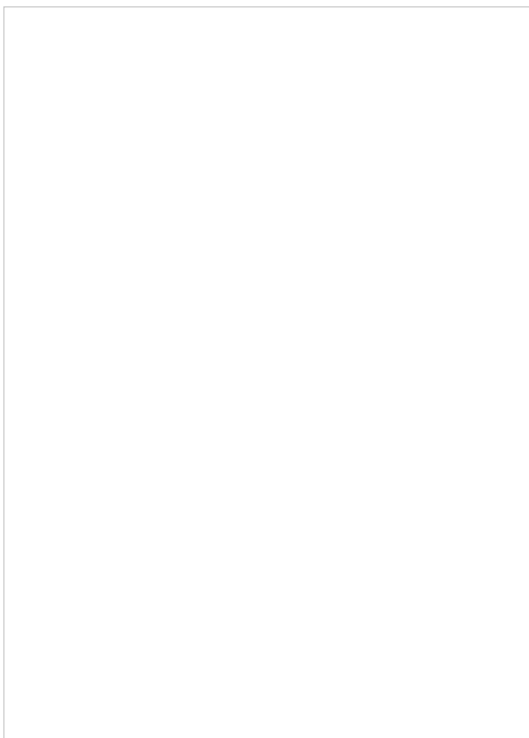
в составе:

председатель Комиссии –

член Комиссии —

член Комиссии –

рассмотрев дело № 03-21/13-2016, возбужденное в отношении ИП Ч по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы студии загара «Малибу» **в номере 8 (61) от 14.12.2015 рекламно-информационного издания «Женский клуб Марий Эл» на странице 17**, следующего содержания:



(далее — Реклама),

в присутствии ИП Ч, ИП М,

УСТАНОВИЛА:

В целях осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Марийским УФАС России был осуществлен мониторинг рекламы печатных изданий, распространенных на территории Республики Марий Эл.

В ходе мониторинга была обнаружена реклама студии загара «Малибу», содержащая признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, размещенная в номере 8 (61) от 14.12.2015 рекламно-информационного издания «Женский клуб Марий Эл» на странице 17, следующего содержания: **«Студия загара «Малибу». Самый большой солярий города приглашает на новогодний сезон!»**.

Согласно статье 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.

Из анализа текста рекламы «Студия загара Малибу. Самый большой солярий в городе приглашает на новогодний сезон!» следует, что объектом рекламирования выступает указанная студия загара, а также услуги, оказываемые данной студией.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, так как распространена при помощи печатного издания, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В соответствии со статьей 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной; недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 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.

Пунктом 29 Постановления Пленума ВАС 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](#)).

Согласно письменным пояснениям ИП Ч (вх. № 3826 от 28.03.2016), заявка на размещение спорной рекламы в журнале была подана в устной форме. Макет рекламы «Студия загара «Малибу». Самый большой солярий города приглашает на новогодний сезон!» разработан редакцией журнала «Женский Клуб Марий Эл», согласован сторонами 10.12.2015. Формулировка «самый большой солярий города» использована на основании габаритов и количества рефлекторных ламп солярия Power Tower 10 000, расположенного в студии загара. В материалах дела представлены документы, подтверждающие габариты солярия - 2,27 x 1,7 x 1,58, а количество ламп – 64. Кроме того, индивидуальным предпринимателем для подтверждения сведений, размещенных в рекламе, представлена сравнительная характеристика солярия Power Tower 10 000 с другими моделями соляриев.

Критериями для сравнительной характеристики послужили высота, диаметр солярия с открытой дверью, диаметр, объем и количество ламп. Однако указанные критерии не были отражены в рассматриваемой рекламе.

На основании изложенного, Марийское УФАС России приходит к выводу о том, что реклама «Студия загара «Малибу». Самый большой солярий в городе приглашает на новогодний сезон!» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, нарушает пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

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.

Согласно письменным пояснениям редактора рекламно-информационного издания «Женский клуб Марий Эл» ИП М (вх. № 3245 от 17.03.2016) рассматриваемая реклама размещена в соответствии с договором на оказание рекламно-информационных услуг от 28.11.2015, заключенного между ИП М и ИП Ч. Макет рекламы был согласован сторонами договора 10.12.2015. Фактическое исполнение договора подтверждается также платежным поручением № 92660330 от 16.03.2016.

Таким образом, ИП М является рекламопроизводителем и рекламораспространителем, ИП Ч – рекламодателем рассматриваемой рекламы.

На основании части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 данного закона предусмотрена ответственность рекламодателя.

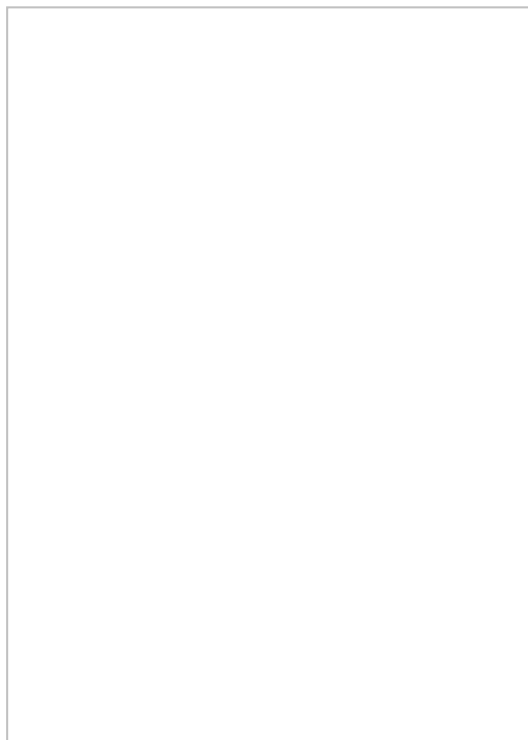
Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Марийское УФАС России, изучив представленные в материалы дела доказательства, считает, что в данном случае имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе со стороны ИП Ч

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 рекламу «Студия загара «Малибу», размещенную в рекламно-информационном издании «Женский клуб Марий Эл» № 8 (61) от 14.12.2015 на странице 17, следующего содержания:



ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю Ч предписание о прекращении

нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 37 Закона о рекламе решение антимонопольного органа может быть обжаловано в суд в течение трех месяцев со дня вынесения решения.

Председатель Комиссии

Члены комиссии: