

ОПРЕДЕЛЕНИЕ О ПРЕКРАЩЕНИИ

ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 17

Резолютивная часть решения

г. Чита

объявлена 14 сентября 2016 года,

решение в полном объеме

изготовлено 14 сентября 2016 года

Комиссия Забайкальского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – руководитель управления;

члены Комиссии:

главный специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы;

ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы,

в присутствии:

Х. – представителя МП «Троллейбусное управление», по доверенности от 15.06.2015;

Г. – генерального директора ООО «Мастерская «Сила Головатый»,

рассмотрев дело № 17 по признакам ООО Мастерская «Сила Головатый» 5 пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе);

УСТАНОВИЛА:

В срок с 7 декабря 2015 года по 18 декабря 2015 года на основании приказа Забайкальского УФАС России от 16 ноября 2015 года № 237 была проведена плановая проверка в отношении общества МП г. Читы «Троллейбусное управление» (акт проверки № 9 от 14.12.2015).

В ходе проверки установлено, что в период с 01.10.2015 по 31.12.2015, на основании договора с ООО Мастерская «Сила Головатый» на бортах троллейбуса № 243 распространялась реклама следующего содержания: «Рекламный отдел тел. 400-890, Самое читаемое СМИ Забайкалья! Более 50!000 уникальных посетителей ежедневно! Чита!ру».

Указанная реклама содержит признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Определением от 05.08.2016 Забайкальским УФАС России возбуждено дело №17 в отношении ООО «Мастерская «Сила Головатый» по признакам нарушения пункта 1

части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Дело рассматривалось в заседаниях Комиссии 19.08.2016, 02.09.2016, 14.09.2016.

Определением от 19.08.2016 к участию в деле в качестве третьего лица привлечено МП «Троллейбусное управление».

В письменном пояснении ООО «Мастерская «Сила Головатый» указывает, что текст на борту троллейбуса: «Среднесуточное количество уникальных пользователей, посетивших сайт www.chita.ru, за период с 12 по 18 января 2015 года. По данным системы статистики посещений сайтов LiveInternet (www.liveinternet.ru)» занимал по ширине не менее 265 сантиметров. Размер (кегель) текста составлял примерно 80 пунктов.

МП «Троллейбусное управление» представлено письменное пояснение, в соответствии с которым, размещенная на бортах троллейбуса №243 реклама в период с 01.10.2015 по 21.12.2015 соответствовала макету, представленному рекламодателем – ООО «Мастерская «Сила Головатый». В макете рекламы на бортах троллейбуса, а именно – на боковой части троллейбуса, указана информация: «Среднесуточное количество уникальных пользователей, посетивших сайт www.chita.ru, за период с 12 по 18 января 2015 года (www.liveinternet.ru)». В связи с тем, что макет рекламы на бортах троллейбуса с приблизительным масштабом 1:50 по сравнению с троллейбусом на макете, данная информация практически не заметна. В подтверждение нанесения надписи на борт троллейбуса МП «Троллейбусное управление» приложена фотография.

Комиссия Забайкальского УФАС, рассмотрев обстоятельства дела, заслушав участников рассмотрения дела, исследовав имеющиеся в материалах дела документы и доказательства, установила следующее.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама - это информация, распространяемая 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.

Пункт 2 статьи 3 Закона о рекламе определяет объект рекламирования как 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.

Указанная выше информация, соответствует понятию рекламы, закрепленному в действующем законодательстве, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – городскому portalу «Чита.ру» и способствует продвижению обозначенного portalа на рынке.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с положением [пункта 29](#) Пленума Высшего Арбитражного Суда

Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», 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.

Системное толкование указанных положений закона позволяет сделать вывод о том, что реклама товаров (работ, услуг) не должна создавать у потребителей заблуждений относительно свойств, качеств, характеристик товара (работы, услуги), в том числе его природы. Текст рекламы не должен содержать выражений, способных создать впечатление о свойствах товара, которыми он не обладает.

Рекламное объявление формирует интерес к товару или услуге и направлено на формирование у потребителей желания ими воспользоваться. Поэтому введение потребителей в заблуждение посредством распространения недостоверной рекламы способно привести к неправильному выбору потребителем товара (услуги) с необходимым ему набором потребительских свойств и в то же время привести к сокращению продаж однородных товаров (услуг) конкурентами.

В указанной выше рекламе, используется словосочетание: «Самое читаемое...», поэтому данная реклама содержит признаки нарушения [пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе](#), в соответствии с которой, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения, в том числе о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Рекламодателем в силу пункта 5 статьи 3 Закона о рекламе является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

10.09.2015 МП «Троллейбусное управление» заключен договор с ООО «Мастерская «Сила Головатый» на размещение рекламы на бортах троллейбуса №243. Срок размещения рекламы: с 01.10.2015 по 31.12.2015.

Таким образом, ООО Мастерская «Сила Головатый» является рекламодателем.

Черно-белая копия макета рекламы портала «Чита.ру», полученная в ходе проведения плановой проверки в отношении общества с МП г. Читы «Троллейбусное управление» (акт проверки №9 от 14.12.2015), не содержит ссылки: «*Среднесуточное количество уникальных пользователей, посетивших сайт www.chita.ru, за период с 12 по 18 января (www.liveinternet.ru)».

Комиссия Забайкальского УФАС установила, что на цветном оригинале макета рекламы, представленном Троллейбусным управлением на заседание Комиссии, имеется ссылка «*Среднесуточное количество уникальных пользователей,

посетивших сайт www.chita.ru, за период с 12 по 18 января (www.liveinternet.ru)). Кроме того, на фотографиях троллейбуса, представленных МП «Троллейбусное управление» и ООО «Мастерская «Сила Головатый» имеется указанная выше надпись, трудная для прочтения ввиду мелкого шрифта.

Комиссия Забайкальского УФАС пришла к выводу, что отсутствие надписи на копии макета рекламы, полученной в ходе проведения плановой проверки, связано с плохим качеством копии, сделанной с оригинала макета рекламы.

Кроме того, Забайкальским УФАС России установлено, что Читинский городской портал «Чита.ру» действительно является самым читаемым сайтом на территории Забайкальского края, по данным сайта LiveInternet «Рейтинг сайтов».

Таким образом, Комиссия Забайкальского УФАС России пришла к выводу о наличии на бортах троллейбуса ссылки на критерий, по которому проведено сравнение сайтов Забайкальского края. Соответственно, требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе не нарушены.

На основании изложенного, руководствуясь частью 1 статьи 36 Закона о рекламе; подпунктом а пункта 36, пунктами 37, 38 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, утвержденных Постановлением правительства РФ от 17.08.2006 № 508; пунктом 3.56, 3.57 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, утвержденного приказом ФАС от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Прекратить рассмотрение по делу №17 в отношении ООО «Мастерская «Сила Головатый» в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии: