

РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/5-11/2024

20 марта 2024 года
Омск

город

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее - Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – <...>, заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 055/05/5-11/2024 по признакам нарушения обществом с ограниченной ответственностью «Квант» (ИНН 5505221265, ОГРН 1145543024032, далее – ООО «Квант», Общество) требований пункта 1 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие законного представителя ООО «Квант», в извещении которого предприняты необходимые меры (уведомление о времени и месте рассмотрения дела от 09.02.2024 № ТШ/789/24, почтовый идентификатор отправления 6440106098304),

УСТАНОВИЛА:

Омским УФАС России 09.11.2023 выявлен факт размещения на двухсторонней рекламной конструкции, установленной в районе остановки общественного транспорта «1-я Советская» в г. Омске информации следующего содержания: **«ЛУЧШИЕ ТЕПЛИЦЫ ОМСКА ОЧЕНЬ ДЕШЕВО 353-353 ул. Нобелевский тупик, 3»**.

По определению, данному статьей 3 Федерального закона «О рекламе»:

реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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;

объект рекламирования - это 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;

товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку распространена наружным способом в адрес неопределенного круга лиц и направлена на привлечение внимания к теплицам.

Одновременно текст рекламы содержит информацию «ЛУЧШИЕ ТЕПЛИЦЫ ОМСКА».

При этом с точки зрения обычного потребителя данная информация создает впечатление о том, что указанный товар (теплицы) имеет значительное преимущество перед другими аналогичными товарами, произведенными другими изготовителями или реализуемыми другими продавцами.

Рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара,

при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые законодательством к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

В пункте 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» установлено, что 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 пункте 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что 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).

Отсутствие критериев допускает возможность проведения сравнения по любому критерию, что может ввести потребителей в заблуждение относительно объекта рекламирования (магазина), создать неверное представление о его статусе, существовании оказываемых им услуг и качестве товаров.

Согласно части 7 статьи 5 Федерального 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.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») **ненадлежащая** реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

На запрос Омского УФАС России Администрацией г. Омска представлена копия договора от 20.04.2023 № 77-2023/РА, заключенного между управлением делами Администрации г. Омска и ООО «Квант» (далее – Договор). Согласно пункту 1.1 Договора управление делами Администрации г. Омска предоставляет Рекламодателю (ООО «Квант») за плату право на установку и эксплуатацию рекламной конструкции по адресу, указанному в приложении № 2 к настоящему договору, для размещения рекламы, социальной рекламы.

По информации ООО «Квант», Общество является и рекламодателем и рекламодателем вышеуказанной рекламы.

Пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель - это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»

рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В статье 38 Федерального закона «О рекламе» установлено, что рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Определением Омского УФАС России от 10.01.2024 в отношении ООО «Квант» было возбуждено дело № 055/05/5-11/2024 по признакам нарушения требований пункта 1 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Копия определения о возбуждении дела направлена по юридическому адресу ООО «Квант» заказным письмом от 10.01.2024 № ТШ/32/24, однако согласно сведениям, размещенным на сайте оператора почтовой связи АО «Почта России» (<https://www.pochta.ru/tracking>), указанное письмо (почтовый идентификатор отправления 64401060974153) адресатом получено не было, на момент рассмотрения настоящего дела хранилось в месте вручения с отметкой от 12.01.2024 - «Ожидает адресата в месте вручения».

Определение Омского УФАС России от 08.02.2024 срок рассмотрения дела № 055/05/5-11/2024 был продлен, рассмотрение отложено на 20.03.2024 в 15:00 час.

Копия определения направлена по юридическому адресу ООО «Квант» заказным письмом от 09.02.2024 № ТШ/789/24, однако согласно сведениям, размещенным на сайте оператора почтовой связи АО «Почта России» (<https://www.pochta.ru/tracking>), указанное письмо (почтовый идентификатор отправления 6440106098304) адресатом не получено, имеет статус от 16.03.2024 – «Возврат отправителю из-за истечения срока хранения».

В пункте 63 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.06.2015 № 25 «О применении судами некоторых положений раздела 1 части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» указано, что «...С учетом положения пункта 2 статьи 165.1 ГК РФ юридически значимое сообщение, адресованное гражданину, осуществляющему предпринимательскую деятельность в качестве индивидуального предпринимателя (далее - индивидуальный предприниматель), или юридическому лицу, направляется по адресу, указанному соответственно в едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей или в едином государственном реестре юридических лиц либо по адресу, указанному самим индивидуальным предпринимателем или юридическим лицом.

При этом необходимо учитывать, что гражданин, индивидуальный предприниматель или юридическое лицо несут риск последствий неполучения юридически значимых сообщений, доставленных по адресам, перечисленным в абзацах первом и втором настоящего пункта, а также риск отсутствия по указанным адресам своего представителя.

Гражданин, сообщивший кредиторам, а также другим лицам сведения об ином месте своего жительства, несет риск вызванных этим последствий (пункт 1 статьи 20 ГК РФ).

Сообщения, доставленные по названным адресам, считаются полученными, даже если соответствующее лицо фактически не проживает (не находится) по указанному адресу».

В части 1 статьи 165.1 Гражданского Кодекса Российской Федерации установлено, что заявления, уведомления, извещения, требования или иные юридически значимые сообщения, с которыми закон или сделка связывает гражданско-правовые последствия для другого лица, влекут для этого лица такие последствия с момента доставки соответствующего сообщения ему или его представителю.

Сообщение считается доставленным и в тех случаях, если оно поступило лицу, которому оно направлено (адресату), но по обстоятельствам, зависящим от него, не было ему вручено или адресат не ознакомился с ним.

Таким образом, Комиссия Омского УФАС России полагает, что в извещении ООО «Квант» предприняты достаточные меры по надлежащему извещению лица о времени и месте рассмотрения дела № 055/05/5-11/2024.

Рассмотрев материалы дела, пояснения ООО «Квант», Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ООО «Квант» требований пункта 1 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении 09.11.2023 рекламы на рекламной конструкции, установленной в районе остановки общественного транспорта «1-я Советская» в г. Омске.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы, в целях обеспечения реализации права потребителя на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства о рекламе.

В силу пункта 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Учитывая, что на момент рассмотрения настоящего дела вышеуказанная реклама продолжает распространяться (справка от 19.03.2024), Комиссией Омского УФАС России сделан вывод о необходимости выдачи ООО «Квант» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь статьями 33, 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 42-55 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу: **«ЛУЧШИЕ ТЕПЛИЦЫ ОМСКА ОЧЕНЬ ДЕШЕВО 353-353 ул. Нобелевский тупик, 3»**, распространенную ООО «Квант» (ИНН 5505221265, ОГРН 1145543024032) 09.11.2023 на рекламной конструкции, установленной в районе остановки общественного транспорта «1-я Советская» в г. Омске, ненадлежащей, нарушающей требования пункта 1 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ООО «Квант» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 21.03.2024.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>