

О признании рекламы  
ненадлежащей

**ИП С<...>.**

<...>

**Потребителю рекламы Г.**

## **РЕШЕНИЕ**

**по делу №052/05/5-338/2023**

г. Нижний Новгород

Резолютивная часть решения объявлена 28 апреля 2023 года.

Решение в полном объеме изготовлено 05 мая 2023 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе в составе:

<...> - <...>  
<...> - <...>,  
<...> - <...>,

рассмотрев дело, возбужденное в отношении Индивидуального предпринимателя С<...>) по признакам нарушения пункта 4 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» в присутствии ИП С<...>,

### **УСТАНОВИЛА:**

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области поступило обращение потребителя рекламы Г. (Нижегородское УФАС России не располагает согласием физического лица на использование его персональных данных) по поводу рекламы, размещенной в газете «Арена рекламных возможностей» (выпуск №38/658 от 05.10.2022, №42/656 от 16.11.2022, №44/658 от 30.11.2022, №46/660 от 14.12.2022), содержащей, по мнению заявителя, признаки

нарушения Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

В связи с этим, 17.02.2023 Нижегородским УФАС России возбуждено дело №052/05/5-338/2023 по признакам нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Определением от 25.04.2023 рекламное сообщение доквалифицировано как содержащее признаки нарушения части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Рассмотрение дела по существу состоялось 28 апреля 2023 года посредством проведения видеоконференцсвязи.

**Изучив материала дела, представленные документы, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к следующим выводам.**

В выпусках газеты «Арена рекламных возможностей» (выпуск №38/658 от 05.10.2022, №42/656 от 16.11.2022, №44/658 от 30.11.2022, №46/660 от 14.12.2022) размещалась реклама следующего содержания: *«Двери Окна Финальная распродажа! Звоните! 8 (831) 283-92-77, 8-920-009-13-80. Доставка, демонтаж, поднятие на этаж БЕСПЛАТНО. Установка в день заказа честная рассрочка\*\* Межкомнатные от 990 руб. 11 900 р. RENAU, brusbox, KBE откосы в подарок! Вызов мастера с каталогом БЕСПЛАТНО гарантия до 5 лет 3 — я дверь в подарок, входные от 6900 руб. Пенсионерам, льготникам, новосёлам скидка до 30%\*. [www.doorsvnn.ru](http://www.doorsvnn.ru). Выставочный зал: пр. Ленина, д. 72».*

Согласно пункту 1 статьи 3 ФЗ «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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования — товар, средство индивидуализации, 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, пункт 3 этой же статьи определил, что товар — продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования, и о которых заранее, неизвестно

откликнутся ли они на рекламное сообщение (например, приобретут ли рекламируемый товар).

Информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к окнам, межкомнатным и входным дверям.

Таким образом, информация содержит все признаки указанные в пункте 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе», а, следовательно, является рекламой.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

По утверждению заявителя, цены, указанные в рекламе, не соответствуют действительности.

В качестве подтверждения достоверности цен, указанных в рекламном сообщении ИП С<...>. представлены следующие договоры:

- договор на поставку ПВХ конструкций №18/11/22 от 18.11.2022, заключенный с заказчиком П<...> на сумму 11 900 рублей;
- договор №18/11/22 розничной купли-продажи от 18.11.2022, заключенный с заказчиком П<...>. на сумму 6 900 рублей;
- договор №15/12/22 розничной купли-продажи от 15.12.2022, заключенный с заказчиком С<...> на сумму 990 рублей.

Таким образом, ИП С<...>. подтверждена достоверность цен, указанных в рекламном сообщении.

Следовательно, нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в рекламном сообщении отсутствуют.

В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ "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 и информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Из текста рекламного сообщения следует, что к продаже предлагаются, в том числе «межкомнатные двери».

Однако в ходе рассмотрения дела установлено, что фактически стоимость 990 рублей указана за дверное полотно без установки, фурнитуры и покраски.

Главными элементами внутренней двери являются полотно и погонаж, включающий короб, наличники, добор, а также порог, уплотнитель и фурнитуру.

Полотно — подвижная деталь, закрывающая и открывающая проем.

Погонаж - это комплекс деталей, которые вместе образуют проем, в который в последствие устанавливается дверное полотно.

Короб - неподвижный профиль межкомнатного блока, состоит из одной горизонтальной перекладины и двух вертикальных стоек. На коробе закрепляются петли, на которые навешивается дверное полотно.

Наличники - элементы строения двери, которые используются для маскировки области соединения полотна и короба.

Добор - элемент (планка), служащий для расширения короба двери при превышении ширины стены соответствующего показателя короба. При производстве дверей соблюдаются стандарты габаритов. Стандартным размерам полотна соответствуют и стандартные габариты короба. В случае, когда толщина стены больше чем ширина коробки, то применяется добор, который изготавливается из материала полотна двери.

Уплотнитель — изделие, предназначенное для повышения звукоизоляции, преграждения проникновения пыли в помещение и для смягчения удара при захлопывании двери.

Порог - дополнительный элемент конструкции в виде деревянного бруска, прикрепляемого в нижней части дверного проема обеспечивает повышенную звуко и теплоизоляцию, увеличивает пожаробезопасность дверного блока.

Фурнитура - элементы двери, обеспечивающие комфортную эксплуатацию, повышающие преграждающие свойства изделия (петли, замки, различные типы дверных ручек, доводчики, шпингалеты, цепочки и прочие изделия).

При прочтении рассматриваемого рекламного объявления потребитель не может предполагать, что речь идёт исключительно о дверных полотнах.

Как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пунктах 28, 29 постановления от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» оценку рекламы надлежит осуществлять с позиции обычного потребителя, не обладающего

специальными знаниями. При этом 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.**

Поскольку в тексте рекламного сообщения отсутствует информация о том, что цена указана за дверное полотно без установки, покраски и других дополнительных элементов, реклама противоречит требованиям части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных статьёй 5 ФЗ «О рекламе» несёт рекламодаделец.

Пунктом 5 статьи 3 Закона «О рекламе» определено, что рекламодаделец — изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Из указанного определения следует, что рекламодателем может быть как лицо, заинтересованное в реализации объекта рекламирования (изготовитель товара, продавец товара, лицо, оказывающее услуги), так и иное лицо, если указанное лицо совершило действия по выбору объекта рекламирования (под которым понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама) и содержания рекламной информации.

При этом отнесение того или иного лица к рекламодателю осуществляется исходя из объекта рекламирования, к которому формируется интерес в рекламе, условий договора о распространении рекламы, а также иных обстоятельств распространения рекламы.

В соответствии с договором №Д24 на оказание рекламных услуг от 15.11.2022, заключенным между ООО ЮК «УСПЕХ» (Исполнитель) и ИП С<...>. (Заказчик), заказчик поручает, а исполнитель принимает на себя обязательства по размещению и распространению рекламы заказчика в газете «Арена Рекламных Возможностей».

В соответствии с пунктом 2.1 Договора исполнитель обязуется разместить рекламу заказчика в соответствии с оригинал — макетом или информационным материалом, письменно утвержденным заказчиком.

В соответствии с пунктом 2.2 договора заказчик обязуется предоставить исполнителю информацию, необходимую для публикации или оригинал - макет в форме, готовой для размещения, не позднее 7 рабочих дней до

выхода газеты «Арена Рекламных Возможностей».

Следовательно, рекламодателем рассматриваемого рекламного сообщения является ИП С<...>.

В ходе рассмотрения дела данный факт Индивидуальным предпринимателем не оспаривался.

Таким образом, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к выводу о том, что реклама ИП С<...> является ненадлежащей, противоречащей требованиям части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В связи с тем, что доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы отсутствуют, Комиссия считает необходимым выдать рекламодателю — ИП С<...> предписание об устранении выявленного нарушения.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 43-49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 №1922, Комиссия

### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу ИП С<...>., размещенную в газете «Арена Рекламных Возможностей» (выпуск №38/658 от 05.10.2022, №42/656 от 16.11.2022, №44/658 от 30.11.2022, №46/660 от 14.12.2022), поскольку она противоречит требованиям части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП С<...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

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

Российской Федерации.

