

# РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 3-01/03-2016

17 марта 2016  
года  
Пенза, ул. Урицкого, 127

г.

Резолютивная часть решения объявлена 10 марта 2016 года.

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

Председатель Комиссии:

..... – руководитель управления

Члены Комиссии:

..... – начальник отдела контроля органов власти и рекламы,

.... - главный специалист-эксперт отдела контроля органов власти и рекламы,

рассмотрев дело №3-01/03-2016, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя Ш. по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

В Пензенское УФАС России 21.12.2015 поступило заявление гражданина Т. по поводу распространения в газете «Наш город Пенза» рекламы натяжных потолков «Delta prime» с информацией о предоставлении скидки 50%.

По мнению заявителя, рекламная информация является недостоверной, потому что он не смог заказать натяжной потолок с обещанной скидкой в 50%.

Пензенским УФАС России определением от 20.02.2016 по факту распространения рекламы натяжных потолков «Delta prime», возбуждено дело № 3-01/03-2016 по признакам нарушения части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе». К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечен индивидуальный предприниматель Ш.

Из письменных пояснений индивидуального предпринимателя Ш, представленных 02.02.2016 вх. №177-э следует, что скидка 50% предоставлялась на полотно Pongs-Германия. Как следует из письма от 04.03.2016, ИП Ш. с вменяемым ему нарушением законодательства о рекламе согласен, вину в совершении нарушения признает.

Изучив представленные документы, Комиссия пришла к следующему выводу.

В рекламно-информационном еженедельнике «Наш город Пенза» № 51 от 16.12.2015 на странице 3 опубликована информация следующего содержания:

- «Delta prime» 8 (8412) 250 – 424. www.deltaprime.ru. Натяжные потолки. -дизайн интерьера -отделочные работы - 50 % скидка. В рекламе под знаком «\*» мелким шрифтом указано: «Подробности акции уточнять у менеджера по телефону».

Из имеющихся в деле документов следует, что под брендом компания «Delta prime» осуществляет деятельность индивидуальный предприниматель Ш.

В соответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке; объект рекламирования – товар, средство его 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; товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

-предназначаться для неопределенного круга лиц;

-привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

-способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке (т.е. возможность купить товар или воспользоваться услугой).

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.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования – 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.

Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке и закрепить его образ в памяти потребителя.

Информация, опубликованная в рекламном-информационном еженедельнике «Наш город Пенза», содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: формирует и поддерживает интерес к объектам рекламирования и способствует их продвижению на рынке аналогичных услуг (по своему характеру разовым предложением не является), следовательно, является рекламой.

В соответствии с частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

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 информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В рекламе содержится информация, исполненная крупным шрифтом, - «натяжные потолки -дизайн интерьера - отделочные работы - 50 % скидка».

Шрифт, а также особенности графического расположения слов на информационном поле создает впечатление, что компания «Delta prime» предоставляет скидку 50% на все указанные выше предметы рекламирования, а именно: на натяжные потолки, дизайн интерьера, отделочные работы.

При этом, в нижней части рекламного модуля под знаком «\*» мелким нечитаемым шрифтом, занимающим примерно 1% от информационного поля, на темном фоне присутствует следующая информация: «Подробности акции уточнять у менеджера по телефону».

Как установлено из представленных в материалы дела документов, скидка в размере 50% компания «Delta prime» предоставлялась в рамках акции, действующей в период с 01.12.2015 по 29.02.2016 (приказ от 20.11.2015 № 7-15), только на полотно «Pongs – Германия»).

При этом ИП Ш. письмом от 01.02.2016 было подтверждено, что компания «Delta prime» оказывает следующие услуги: производство и монтаж натяжных потолков, дизайн интерьера, отделочные работы. При этом ею используются полотна производителей «Pongs – Германия», Mondoplastico-Италия, ЗАО «Казанский завод искусственных кож».

Таким образом, информация о том, что скидка 50% компанией «Delta prime» предоставляется только на полотно «Pongs – Германия», в рекламе отсутствует.

Из вышеизложенного следует, что в рекламе выделено наиболее привлекательное для потребителя условие приобретения товара – «скидка -50 %». Иное условие, необходимое потребителю для принятия осознанного решения по приобретению рекламируемых услуг, не указано. Тем самым потребители рекламы при ее прочтении вводятся в заблуждение относительно вида услуги, на которую предоставляется скидка.

Как указано выше, предметом рекламы являются несколько видов услуг. Отсутствие в рекламе существенной информации об условиях приобретения товара, а именно: указания на то, что предоставление скидки распространяется только на полотно «Pongs – Германия», привело к искажению смысловой нагрузки информации и ввело в заблуждение потребителя рекламы относительно реальной стоимости рекламируемых услуг.

Содержащееся в рекламе указание на необходимость уточнения подробностей акции у менеджера по телефону само по себе не влияет на восприятие рекламы и не восполняет отсутствующую в ней существенную информацию об условиях предоставления скидки.

Наличие в рекламе информации о возможности получения (уточнения) сведений об условиях оказания соответствующих услуг у сотрудников организации, предоставляющей такие услуги, не освобождает рекламодателя от исполнения обязанности опубликования в рекламном объявлении всех условий оказания услуг, и не заменяет опубликования существенных сведений, отсутствие которых способно ввести потребителя в заблуждение относительно условий приобретения товара. Поскольку распространенная реклама была направлена на формирование у потребителей желания приобретения товара со скидкой -50%, то существенной является не только

информация, привлекательная для потребителей, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 настоящего закона несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем вышеуказанной рекламы является индивидуальный предприниматель Ш., что подтверждается договором № 641 от 27.10.2014 г. на оказание услуг по размещению рекламных материалов в газете «Наш город Пенза» с индивидуальным предпринимателем Б.

Учитывая вышеизложенное, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, Комиссия пришла к выводу, что индивидуальный предприниматель Ш. нарушил требования части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно статье 1 Закона о рекламе, целями данного закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Статьей 33 Закона о рекламе предусмотрены полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного надзора в сфере рекламы, в частности, выдавать рекламодателям, рекламодателям, рекламодателям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Из письменных пояснений индивидуального предпринимателя Б. (рекламодателя), представленных 09.03.2016 вх. № 734 следует, что рекламный модуль компании «Delta prime» по согласованию с рекламодателем публикуется в газете «Наш город Пенза» в измененном виде, без информации о предоставлении скидок (газета «Наш город Пенза» № 8 приложена в материалы дела).

В связи с тем, что нарушение требований части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» устранено, Комиссия Пензенского УФАС России считает нецелесообразным выдачу рекламодателю и рекламодателю предписания о прекращении нарушения требований законодательства о рекламе.

В силу части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламодателями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

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 от 17.08.2006 № 508, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: «Delta prime. 8 (8412) 250 – 424. www.deltaprime.ru. Натяжные потолки. -дизайн интерьера -отделочные работы - 50 % скидка\*», распространяемую индивидуальным предпринимателем Ш. в рекламно-информационном еженедельнике «Наш город Пенза» № 51 от 16.12.2015 на странице 3, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. В связи с тем, что нарушение устранено, предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать.

**3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.**

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

Решение изготовлено в полном объеме 17 марта 2016 года.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии