

ОПРЕДЕЛЕНИЕ
О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 004/05/5-109/2019 ПО ПРИЗНАКАМ
НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О
РЕКЛАМЕ

15.05.2019 г.

г. Горно-Алтайск

Председатель Комиссии управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе Г., руководитель управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай, рассмотрев служебную записку М., ведущего специалиста-эксперта отдела антимонопольного контроля и рекламы, по факту распространения на визитных карточках ИП <...> (магазин «АВТОритет») рекламы с признаками нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе»,

УСТАНОВИЛ:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай в ходе государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе установлен факт распространения в г. Горно-Алтайске на визитных карточках ИП <...> (магазин «АВТОритет») рекламы следующего содержания: **«Аккумуляторы. Самые низкие цены. Магазин АВТОритет г. Горно-Алтайск, ул. Чорос-Гуркина, 33А»** с признаками нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», рекламой признается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному

кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Распространяемая вышеуказанным способом информация: **«Аккумуляторы. Самые низкие цены. Магазин АВТОритет – г. Горно-Алтайск, ул. Чорос-Гуркина, 33А»** является рекламой, так как она публична, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания и формирование интереса к объекту рекламирования – аккумуляторам, реализуемым в магазине «АВТОритет», что способствует их продвижению на рынке.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Пунктом 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.

В тексте вышеуказанной рекламы содержится некорректное сравнение рекламируемых товаров («самые низкие цены»), что подразумевает то, что в других магазинах, реализующих аналогичный товар, не самые низкие цены.

В данной рекламе отсутствует подтверждение того, что в магазине «АВТОритет» - «самые низкие цены». Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной.

23.04.2019г. ИП <...> представлены письменные пояснения (вх. №1722), согласно которым производство визитных карточек магазина «АВТОритет» осуществлялось им лично на собственном непрофессиональном оборудовании. Информация: «Аккумуляторы. Самые низкие цены. Магазин АВТОритет – г. Горно-Алтайск, ул. Чорос-Гуркина, 33А», указанная на визитных карточках, не является

рекламой, поскольку адресована определенному кругу лиц. Визитные карточки выдавались только по просьбе людей, посетивших магазин «АВТОритет», для сохранения у них контактных данных магазина. Основное назначение визитных карточек, в отличие от других средств распространения рекламы, – предоставить контактные данные конкретному человеку, которому они необходимы, поэтому, словосочетание «адресованная неопределенному кругу лиц», являющееся одним из критериев отнесения информации к рекламе, не применимо в отношении визитных карточек. В связи с чем, употребление в информации, содержащейся на визитной карточке, слова «самые» не может быть отнесено к недостоверной рекламе на основании того, что визитная карточка не выполняет одного из обязательных условий, вытекающих из понятия рекламы, а именно, адресованность неопределенному кругу лиц.

Доказательства достоверности использованного в рекламе критерия «самые низкие цены», по которому осуществляется сравнение рекламируемого товара, ИП <...> не представлены.

Вышеуказанные доводы ИП <...> являются необоснованными на основании следующего.

В соответствии с письмом ФАС России от 20.06.2018 № АД/45557/18 «Об оценке неопределенного круга лиц в рекламе» 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.

Под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение объекта рекламирования, в том числе если она направляется по конкретному адресному списку.

При этом реклама может иметь целевую аудиторию, к которой относятся некие лица, для которых в первую очередь предназначена такая информация. Однако направленность рекламы на неопределенный круг лиц оценивается исходя из выбранного способа и средства распространения рекламы, а также содержания самой рекламной информации. Если рекламная информация представляет интерес и доступна также и иным лицам, не только входящим в ее целевую аудиторию, то направленность такой рекламы выходит за пределы целевой аудитории и относится к неопределенному кругу лиц.

Если информация отвечает признакам рекламы и имея некую целевую аудиторию (например, клиенты компании, зрители телеканала, прохожие определенной территории), формирует интерес у неопределенного круга лиц, соответственно, выходит за пределы своей целевой аудитории, такая информация является рекламой и подпадает под регулирование Закона о рекламе.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2, пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

При таких обстоятельствах, в действиях ИП <...> усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, части 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 004/05/5-109/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – ИП <...>.

3. Назначить дело № 004/05/5-109/2019 к рассмотрению на **11.06.2019г. на 10:00 часов** (время местное) по адресу: г. Горно-Алтайск, ул. Ленина, 226, строение 2, 2 этаж.

Явка лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, либо представителя с надлежаще оформленной доверенностью для участия в рассмотрении дела по

признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.