

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 073/05/5-15770/2019

Резолютивная часть решения объявлена 18.07.2019

Решение в полном объеме изготовлено 31.07.2019

г. Ульяновск

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

председатель комиссии - зам. руководителя управления - начальник отдела <...>.,

члены комиссии: - ведущий специалист-эксперт <...>.,

- специалист-эксперт <...>.,

рассмотрев дело № 073/05/5-15770/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы пекарни «ПечьКа»: «Открылась новая кофейня-пекарня», размещенной на рекламной конструкции, установленной в лифте многоквартирного дома, расположенного по адресу: Ульяновская обл., г. Димитровград, ул. Гвардейская, <...>, содержащей признаки нарушения пунктов 1 и 4 части 2, пункта 20 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - *Федеральный закон «О рекламе»*),

в присутствии:

- от лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, - **индивидуального предпринимателя С<...>вой <...>** (далее - *ИП С<...>ва Е.П.*), ОГРНИП 319732500<...>, ИНН 73120<...>, зарегистрированной по адресу: 433513, Ульяновская обл., г. Димитровград, <...>, - представителя Р<...>вой М.А. (доверенность № 1 от 15.07.2019, паспорт);

- от заинтересованного лица - **общества с ограниченной ответственностью «Фортуна»** (далее - *ООО «Фортуна»*), ОГРН 1177325018276, ИНН 7329025770, расположенного по адресу: 433504, Ульяновская обл., г. Димитровград, <...>, - представитель не явился, о месте и времени рассмотрения дела общество уведомлено надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

По заявлению физического лица (вх. № 160/ог от 14.06.2019) Ульяновским УФАС России определением от 26.06.2019 возбуждено дело № 073/05/5-15770/2019 по признакам нарушения п.п. 1 и 4 ч. 2, п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» по факту распространения рекламы пекарни «ПечьКа»: «Открылась новая кофейня-пекарня». К участию в деле привлечены: в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, - *ИП С<...>ва Е.П.*, в качестве заинтересованного лица - *ООО «Фортуна»*. Рассмотрение дела назначено на 18.07.2019.

В письменных пояснениях *ИП С<...>вой Е.П.* (вх. № 4893 от 18.07.2019) и представителем предпринимателя на заседании комиссии 18.07.2019 сообщено, что между *ИП С<...>вой Е.П.* и *ООО «Фортуна»* заключен договор оказания рекламных услуг № 040619 от 04.06.2019, согласно которому общество разместило рекламу пекарни «ПечьКа», содержащую слова:

«самые вкусные в городе круассаны», на рекламных стендах, установленных в лифтах многоквартирного дома, расположенного по адресу: г. Димитровград, ул. Гвардейская, <...>. Указанная сравнительная характеристика была приведена на основании того, что С<...>ва Е.П. неоднократно занимала призовые места (становилась призёром) конкурсов по выпечке, а также прошла в ноябре 2018 года у известного шефа-кондитера Игоря Н<...>ва курс по венской выпечке, тартам, эклерам. Размещение рекламы ИП С<...>вой Е.П. осуществлялось впервые, и ей не было известно о необходимости указания критериев, по которым осуществляется сравнение. После получения определения Ульяновского УФАС России от 26.06.2019 (определение получено 29.06.2019) указанная реклама была снята. Нарушение устранено добровольно.

На рассмотрение дела 18.07.2019 представитель ООО «Фортуна» не явился, о месте и времени рассмотрения дела общество извещено надлежащим образом. В письменных пояснениях по делу (исх. б/н от 17.07.2019, вх. № 4875 от 18.07.2019) ООО «Фортуна» сообщило, что рассматриваемая реклама размещена на основании договора оказания рекламных услуг № 040619 от 04.06.2019, заключенного между С<...>вой Е.П. и обществом. Текст рекламы был представлен предпринимателем. ООО «Фортуна» не несет ответственности за указанную в рекламе информацию на основании п. 4.5 договора оказания рекламных услуг № 040619 от 04.06.2019.

Исследовав материалы дела № 073/05/9-15770/2019, Комиссия приходит к выводу о необходимости признать рекламу пекарни «ПечьКа»: «Открылась новая кофейня-пекарня», размещенную на рекламной конструкции, установленной в лифте многоквартирного дома, расположенного по адресу: Ульяновская обл., г. Димитровград, ул. Гвардейская, <...>, содержащую нарушение п.п. 1 и 2 ч. 2, п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащей. При этом Комиссия исходит из следующего.

В Ульяновское УФАС России поступило обращение физического лица (вх. № 160/ог от 14.06.2019) о факте распространения рекламы пекарни «ПечьКа»: «Открылась новая кофейня-пекарня», размещенной на рекламной конструкции, установленной в лифте многоквартирного дома, расположенного по адресу: Ульяновская обл., г. Димитровград, ул. Гвардейская, <...>, которая содержит недостоверные сведения о продавце. К заявлению приложены фотоснимки рекламы.

В рекламном модуле указано:

«ПечьКа открылась новая кофейня-пекарня.

Ассортимент ПечьКи широк:

Хлеба на собственных заквасках: цельнозерновые, ржаные, пшеничные;

Сдобные хлеба;

Хлеба на картофельном и тыквенном тесте;

А также самые вкусные в городе круассаны и другая выпечка - только натуральные продукты!!!

Чай, кофе, напитки.

Реклама. ОГРН319732500024

ул. Мостовая <...> @pechka_dd».

Рекламный модуль сопровождается фотографическими изображениями хлебобулочных изделий.

В соответствии с п.п. 1, 2 ст. 3 Федерального закона «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; 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.

Согласно п. 1 ч. 2 ст. 5 Федерального 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.

Использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путём употребления слов «лучший», «первый», «номер один», «самый», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

В рассматриваемой рекламе использована сравнительная характеристика выпечки хлебопекарни «ПечьКа» с иными аналогичными товарами путём использования слов «самая вкусная» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, и документального подтверждения достоверности указанного сравнения в части превосходства выпечки хлебопекарни «ПечьКа» ИП С<...>вой Е.П. над выпечкой конкурентов.

В соответствии с п. 4 ч. 2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

Согласно п. 1 ст. 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция путем некорректного сравнения хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов «лучший», «первый», «номер один», «самый», «только», «единственный», иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными.

Использование приведенных слов фактически означает наличие иных лиц (товаров), которые хуже (не являются первыми, не могут характеризовать себя в качестве «номера один», не самые, не только, не единственные), чем само лицо, распространившее данную информацию, или его товар. То есть образуется форма обезличенного сравнения с превосходством такого лица (товара) по сравнению с любым лицом, действующим на данном товарном рынке.

Наличие у ИП С<...>вой Е.П. различных дипломов за призовые места в турнирах и фестивалях кулинарного мастерства, а также прохождение мастер-классов свидетельствует о её профессиональных достижениях и квалификации. Вкусовые же оценки и предпочтения сугубо субъективны. У каждого человека свои предпочтения, и то, что нравится одному жителю г. Димитровграда, может не нравиться другому.

В соответствии с п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

В рекламе указаны сведения о продавце ИП С<...>вой Е.П. - «ОГРН 319732500024», не соответствующие действительности.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ч.ч. 2 и 3 ст. 5 указанного Федерального закона, несет рекламодатель. Кроме того, согласно ч. 8 ст. 38 закона рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п.п. 5 - 7 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Размещение рассматриваемой рекламы в лифтах многоквартирных домов г. Димитровграда, в том числе в доме, расположенном по адресу: г. Димитровград, ул. Гвардейская, <...>, осуществляется на основании договора оказания рекламных услуг № 040619 от 04.06.2019, заключенного между ИП С<...>вой Е.П. (заказчик) и ООО «Фортуна» (исполнитель). Текст рекламы определен ИП С<...>вой Е.П. ООО «Фортуна», в свою очередь, с обществом с ограниченной ответственностью «Колор-Принт» (далее - ООО «Колор-Принт»), ОГРН 1077325005394, ИНН 7325070934, заключен договор на изготовление полиграфической продукции № 1901-02 от 01.11.2017. Согласно указанному договору ООО «Колор-Принт» оказывает ООО «Фортуна» услуги по разработке и производству полиграфической продукции в соответствии с утвержденным ООО «Фортуна» образцом и описанием продукции.

ООО «Фортуна» и ИП С<...>вой Е.П. подписан акт № 51 от 10.07.2019, согласно которому предприниматель, как заказчик, претензий по объему, качеству и срокам оказания услуг по размещению рекламы в лифтах (формат 100 x 100) с 10.06.2019 по 10.07.2019 не имеет. На оказанные услуги ООО «Фортуна» оформлен счёт на оплату № 50 от 01.07.2019 на сумму <...>.

Таким образом, рекламодателем в данном случае является ИП С<...>ва Е.П., рекламораспространителем - ООО «Фортуна», а рекламопроизводителями - ООО «Фортуна» и ООО «Колор-Принт».

Согласно ч.ч. 1, 3 ст. 36 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган в пределах своих полномочий возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, принимает по результатам рассмотрения таких дел решения и выдает предписания, предусмотренные настоящим Федеральным законом. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдается на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей и должно содержать указание о прекращении ее распространения.

В связи с добровольным прекращением распространения рассматриваемой рекламы, необходимость в выдаче предписания в данном случае отсутствует.

Нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях (ч. 4 ст. 38 Федерального закона «О рекламе»).

Административная ответственность за рассматриваемое нарушение Федерального закона «О рекламе» предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу пекарни «ПечьКа» ИП С<...>вой Е.П., ОГРНИП 31973<...>, ИНН 7312<...>: «Открылась новая кофейня-пекарня», размещенную на рекламной конструкции, установленной в лифте многоквартирного дома, расположенного по адресу: Ульяновская обл., г. Димитровград, ул. Гвардейская, <...>, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пунктов 1 и 4 части 2, пункта 20 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Ульяновской области для рассмотрения вопроса о возбуждении 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.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии:

<...>