

РЕШЕНИЕ

г. Иркутск

Резолютивная часть решения оглашена 15 января 2020года

Полный текст решения изготовлен 29 января 2020 года

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

председатель Комиссии: «...»;

члены Комиссии: «...», «...»;

рассмотрев дело № 038/05/5-1396/2019, возбужденное в отношении ИП Макарова Э.Д. (ИНН 380412522196) по признакам нарушения требований, установленных п.1 ч. 2 и п.20 ч.3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Закон о рекламе) по факту распространения в газете «Вечерний Братск» от 15.03.2019г. рекламы «Похоронить достойно. «Вечерний Братск» продолжает ликбез на важную тему»,

при участии ответчика по делу - ИП Макарова Э.Д., и представителя заявителя - ИП Лисицкой Т.Ю., по доверенности от 06.03.2019г. Романовой М.Е.

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области поступило заявление Титова О.В., представляющего интересы Лисицкой Т.Ю. о нарушении требований законодательства РФ о рекламе в связи с распространением недобросовестной рекламы в газете «Вечерний Братск» от 15.03.2019г. «Похоронить достойно. «Вечерний Братск» продолжает ликбез на важную тему».

В вышеуказанном заявлении лицом отмечено на нарушение ИП Макаровым Э.Д. антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции при оказании ритуальных услуг в здании патологоанатомического центра, расположенного в г. Братске, а также рекламного законодательства, выразившегося в некорректном сравнении качества реализуемых услуг иными хозяйствующими субъектами а именно допущены следующие высказывания в газете «Вечерний Братск» от 15.03.2019г. по рекламе «Похоронить достойно. «Вечерний Братск» продолжает ликбез на важную тему» следующего содержания:

...Некоторые из них, оказывая подобную коммерческую услугу, организовали так называемую «санитарную комнату», куда перевозят тела умерших для омовения и одевания, зачастую не сообщая родственникам, что тело близкого им человека после вскрытия будет еще долго перемещаться по городу. И хорошо если так, ведь зачастую эта «санитарная комната» оказывается салоном автомобиля ритуальной фирмы...Эти фирмы утверждают, что подготовка тела к захоронению у них гораздо дешевле, но посудите сами, для перевозки нужен автомобиль, как минимум два человека для переноски тела, естественно, это никак не может удешевить услугу, - рассказывает шокирующие подробности Макаров. Всё это происходит потому, что родственники умершего, находясь в стрессовом состоянии, наделяют представителей ритуальных фирм правами законного представителя – выдавая им нотариальную доверенность на получение всех необходимых для погребения документов. Фирмы, предъявив нотариальную доверенность, получают необходимые документы и тело умершего, после чего увозят его. Представители ритуальных фирм заявляют родственников в том, что их близкий будет достойно выглядеть в момент захоронения. А вот уж каким способом это будет сделано, они осознано умалчивают, т.к. понимают, что не каждый согласится, чтобы их близкий после смерти еще долго «путешествовал» по городу...».

Также в вышеуказанной рекламе имеются следующие высказывания: «... 9 месяцев после завершения строительства нам не давали разрешения на ввод в эксплуатацию – проверяли на факт нарушения антимонопольного законодательства. Но в итоге нарушений не нашли, морг был открыт, ритуальный сервис при нем работает, и выходит, что мы полностью соблюдаем законодательство – отмечает Эдуард Макаров...».

Иркутским УФАС России по результатам рассмотрения заявления ИП Лисицкой Т.Ю. в части недобросовестной конкуренции в действиях ИП Макарова Э.Д. принято решение об отказе в возбуждении дела (исх. от

17.09.2019г. № 038/4385/19

В соответствии со ст. 3 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, изготовитель или продавец товара, на привлечение внимания к которым направлена реклама; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с частью 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 (п.1).

Согласно пункту 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

В соответствии с пунктом 14 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об объеме производства или продажи рекламируемого или иного товара.

Иркутским УФАС России установлено, что рассматриваемая реклама является недостоверной, поскольку не соответствуют действительности высказывания ИП Макарова Э.Д. об отсутствии выявленных нарушений антимонопольного законодательства при открытии морга (нарушение антимонопольного законодательства установлено решением Иркутского УФАС России от 26.10.2015г. № 531). Кроме этого, в действиях ИП Макарова Э.Д. установлены признаки нарушения п.1 ч.2 ст.5 Закона о рекламе.

В связи с обнаружением признаков нарушения Закона о рекламе, определением от 09.09.2019г. № 038/2269/19 Иркутского УФАС России возбуждено дело в отношении ИП Макарова Э.Д.

К участию в рассмотрении дела привлечено лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе: рекламодатель – ИП Макаров Эдуард Дмитриевич (ИНН 380412522196); заявитель - ИП Лисицкая Татьяна Юрьевна (ИНН 383400012848).

Индивидуальным предпринимателем Макаровым Э.Д. в ходе рассмотрения дела представлены устные и письменные пояснения, согласно которым при размещении в газете статьи рекламного характера предприниматель хотел

раскрыть полную информацию о деятельности похоронного агентства и донести до потребителя, на что необходимо обратить внимание при выборе ритуального салона, т.е. подойти к выбору осознанно и внимательно. Таким образом, статья помимо рекламных целей носила информационный характер, умысел на некорректное сравнение рекламируемых услуг с услугами иных хозяйствующих субъектов у лица отсутствовал, что подтверждается отсутствием в статье каких-либо названий хозяйствующих субъектов – конкурентов, действующих на территории г. Братска. Относительно достоверности сведений об отсутствии нарушений антимонопольного законодательства индивидуальный предприниматель указывает на наличие решения и предписания антимонопольного органа, которое было исполнено в установленный срок, однако данное решение не относилось к деятельности ритуального агентства, услуги которого освещены в рассматриваемой статье.

Заявителем по данному делу также представлены письменные пояснения, согласно которым ИП Макаров Э.Д. совместно с ИП Московских С.Г. и ИП Кувырдиным А.С. осуществляют в здании патологоанатомического центра, расположенного по адресу: г. Братск, жилой район Центральный, ул. Курчатова, 1, предпринимательскую деятельность, не связанную с здравоохранением, что нарушает предписание № 282 от 26.10.2015г. антимонопольного органа. В рассматриваемой рекламной статье ИП Макаров Э.Д. в качестве своего основного преимущества и основного преимущества его партнеров, оказывающих ритуальные услуги в здании патологоанатомического центра, перед иными хозяйствующими субъектами, указывает на оказание ими услуг именно в здании патологоанатомического центра, однако ИП Макаров Э.Д. умалчивает о том, что осуществление данной деятельности происходит в нарушение действующего законодательства ввиду нарушения правил землепользования зданием, вследствие чего происходит искажение смысла информации и потребитель рекламы вводится в заблуждение. ИП Лисицкая Т.Ю. осуществляет оказание ритуальных услуг на территории г. Братска Иркутской области, но не в здании патологоанатомического центра, в связи с чем недобросовестная реклама ИП Макарова Э.Д. может причинить убытки заявителю по делу, поскольку потребители, намеревавшиеся воспользоваться услугами заявителя, введенные ИП Макаровым Э.Д. в заблуждение, могут от услуг заявителя отказаться.

Из имеющихся в материалах дела пояснений и документов Комиссия антимонопольного органа приходит к следующим выводам.

При рассмотрении данной категории дел антимонопольный орган руководствуется Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства № 508 от 17 августа 2006 года (далее – Правила).

Согласно [пункту 2 статьи 3](#) Закона «О рекламе» объектом рекламирования

является 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.

Рекламно-информационной газетой «Вечерний Братск» в Иркутское УФАС России представлена информация исх. от 22.08.2019г., исходя из которой инициатором публикации в газете от 15.03.2019г. «Похоронить достойно. Вечерний Братск продолжает ликбез на важную тему» является Индивидуальный предприниматель Макаров Э.Д., что подтверждается платежным поручением № 114 от 13.03.2019г.

Вышеуказанная рекламная информация 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: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к товарам, реализуемым соответствующими рекламодателями.

Исходя из п.1 ч.2 ст.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.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, 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, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Под некорректным сравнением понимается сравнение, построенное с использованием неправильных логических операций таким образом, что его достоверность объективно не может быть ни подтверждена, ни опровергнута.

При некорректном сравнении сам термин "сравнение" предполагает одновременное упоминание и товара лица, распространившего информацию, и товара хотя бы одного из его конкурентов. Закон не указывает способы распространения информации, содержащей некорректное сравнение, однако наиболее часто это происходит в рекламных сообщениях.

Реклама, размещенная в газете от 15.03.2019г. Вечерний Братск под

заголовком «Похоронить достойно. Вечерний Братск продолжает ликбез на важную тему» в своем содержании раскрывает порядок организации и оказания ритуальных услуг ритуальными агентствами, действующими при патологоанатомическом центре в г. Братске. Указание наименований хозяйствующих субъектов-конкурентов, которые осуществляют также оказание ритуальных услуг, использование обозначений "лучшее, первый" и иных, направленных на создание превосходной степени оказываемых ИП Макаровым Э.Д. ритуальных услуг над услугами субъектов-конкурентов, отсутствуют, вследствие чего комиссия антимонопольного органа приходит к выводу об отсутствии в действиях ответчика по делу признаков нарушения п.1 ч.2 ст.5 Закона о рекламе.

В части распространения ИП Макаровым Э.Д. в рекламе несоответствующих действительности сведений относительно отсутствия установления Иркутским УФАС России нарушений антимонопольного законодательства при открытии морга, комиссия Иркутского УФАС России приходит к выводу о наличии нарушения законодательства о рекламе, а именно п.20 ч.3 ст.5 Закона о рекламе, в действиях индивидуального предпринимателя, поскольку нарушение антимонопольного законодательства подтверждено решением № 531 от 26.10.2015г.

На рассмотрении дела ИП Макаровым Э.Д. в данной части возбужденного дела даны пояснения о согласии с установленным антимонопольным органом нарушении.

Согласно [части 3 статьи 36](#) Закона о рекламе 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.

Основания для выдачи Иркутским УФАС России предписания ИП Макарову Э.Д. отсутствуют, ввиду того, что на момент рассмотрения дела распространение индивидуальным предпринимателем рекламы прекращено.

На основании вышеизложенного, руководствуясь ч.1 ст.36 Закона о рекламе и в соответствии с п.п. 30, 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, Комиссия Иркутского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Рассмотрение дела в отношении ИП Макарова Э.Д. по признакам нарушения п.1 ч.1 ст.5 Закона о рекламе прекратить.
2. Признать в соответствии с п.20 ч.3 ст.5 Закона о рекламе недостоверной рекламу, распространенную в газете от 15.03.2019г.

Вечерний Братск под заголовком «Похоронить достойно. Вечерний Братск продолжает ликбез на важную тему».

3. Предписание о прекращении нарушения требований рекламного законодательства ИП Макарову Э.Д. не выдавать.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Иркутского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.
5. Копии решения направить сторонам по делу.

Решение антимонопольного органа может быть обжаловано в порядке, установленном ст.198 АПК РФ, в течение трех месяцев со дня принятия решения.