

22 июня 2016 года

г. Владивосток

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Приморскому краю (далее - Приморское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

председатель Комиссии: – заместитель руководителя;

члены Комиссии: – ведущий специалист-эксперт отдела контроля антимонопольного законодательства и рекламы, - специалист-эксперт отдела контроля антимонопольного законодательства и рекламы,

рассмотрев 22.06.2016 дело № 11/07-2016 возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя Иоффе Валерия Евгеньевича (ОГРНИП 310251135000032, ИНН 251101250824) (далее - ИП Иоффе В. Е.) по факту распространения рекламы с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

в присутствии:

от ИП Ким В. Д. - представитель по доверенности б/н от 30.05.2016,

от ИП Иоффе В. Е. - представитель по доверенности № 1 от 22.06.2016.

УСТАНОВИЛА:

В Приморское УФАС России поступило обращение ИП Ким В. Д. (вх. № 1211 от 20.02.2016) о нарушении «Студия Интерьерных Решений» законодательства Российской Федерации о рекламе.

В частности, сообщается, что в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» размещена информация следующего содержания: «Не покупайте Штыковские двери! студия-строй.рф Пока не посмотрел наш ассортимент. Магазин в центре Владивостока! Заходи! Фигурные Глянцевые и матовые ЭкоШпон».

Заявитель сообщил, что размещенная реклама «Студия Интерьерных Решений», является недобросовестной и формирует у потребителей негативную оценку в отношении продукции «Штыковские двери», что приводит к причинению убытков.

Специалисты Приморского УФАС России изучив указанную рекламу, установили следующее.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») под рекламой понимается 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.

Из пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» следует, что 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.

Как следует из части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 4 части 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

Согласно пункту 7 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – ФЗ «О защите конкуренции») конкуренция - это соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

В силу пункта 9 статьи 4 ФЗ «О защите конкуренции» под недобросовестной конкуренцией понимаются любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

Распространение на товарных рынках рекламы осуществляется для стимулирования спроса на рекламируемую продукцию. Посредством рекламы производители товаров, работ и услуг формируют у потребителя позитивное отношение к своей продукции, сообщают о ее основных потребительских свойствах. Вместе с тем реклама, как источник информации о товаре, может быть использована отдельными хозяйствующими субъектами для получения необоснованных преимуществ в предпринимательской деятельности. Наиболее часто это связано с дискредитацией непосредственных конкурентов, путем некорректного сравнения рекламируемого товара, с товарами других юридических лиц, некорректного указания на превосходство своего товара над всеми другими и т.д.

Перечисленные действия, по сути, являются не чем иным, как актом недобросовестной конкуренции, т.е. действиями хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности, справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их

деловой репутации.

Антимонопольное законодательство запрещает недобросовестную конкуренцию.

Размещенная «Студия Интерьерных Решений» информация призывает потребителей не покупать продукцию «Штыковские двери», что является актом недобросовестной конкуренции.

Из представленного ответа ООО «Яндекс» (вх. № 3499 от 05.05.2016) следует, что вышеуказанная реклама размещена в поисковой системе mail.ru посредством системы Яндекс.Директ. Данная реклама размещалась в период с 06.01.2016 по 30.01.2016. Реклама размещалась в рамках договора заключенного между ООО «Яндекс» и физическим лицом <.....>.

Приморским УФАС России установлено, что коммерческую деятельность в «Студия Интерьерных Решений» осуществляет ИП Иоффе В. Е.

ИП Ким В. Д. зарегистрирован в качестве индивидуального предпринимателя 29.04.2004, ИП Иоффе В. Е. 16.12.2010. Так же в заявлении указано, что ИП Ким В.Д. и ИП Иоффе В. Е. имеют аналогичные виды экономической деятельности, а именно торговля межкомнатными дверьми. Таким образом, они являются хозяйствующими субъектами – конкурентами.

В связи с тем, что реклама влияет на мотивацию потребителя при выборе товара и побуждает людей совершать определенные действия в отношении объекта рекламирования, при этом реклама воспринимается потребителем буквально, распространение призыва не покупать продукцию конкурента нарушает [пункт 4 части 2 статьи 5](#) ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель. В данном случае рекламодателем является ИП Иоффе В. Е., в интересах которого распространялась реклама.

Определением Приморского УФАС России от 20.05.2016 (исх. № 4083/06-2 от 23.05.2016) в отношении ИП Иоффе В. Е. возбуждено дело № 11/07-2016 по признакам нарушения требований пункта 4 части 2 статьи 5 «О рекламе» и назначено к рассмотрению на 22.06.2016.

Представитель заявителя на заседании Комиссии поддержал доводы, указанные в заявлении.

Представитель ответчика поддержал представленные ранее пояснения (вх. № 6092). Также сообщил, что сотрудник размещавший рекламу больше не работает компании.

Исследовав имеющиеся в деле документы, с учетом представленных пояснений сторон, Комиссия пришла к выводу, что данная реклама, распространялась с нарушением требований пункта 4 части 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе», в соответствии с пунктом 3.58 Административного регламента ФАС России по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по

признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (Приказ ФАС России от 23.11.2012 № 711/12), а также руководствуясь 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 ненадлежащей рекламу «Не покупайте Штыковские двери! студия-строй.рф Пока не посмотрел наш ассортимент. Магазин в центре Владивостока! Заходи! Фигурные Глянцевые и матовые ЭкоШпон», распространявшуюся в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» в поисковой системе mail.ru посредством системы Яндекс.Директ в период с 06.01.2016 по 30.01.2016, поскольку в ней нарушены требования пункта 4 части 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Не выдавать ИП Иоффе В. Е. предписание о прекращении нарушения требований пункта 4 части 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в связи с окончанием периода распространения информации.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, ответственность за которые предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 28.06.2016. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального Кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии