

О признании рекламы ненадлежащей

ИП Ш<...>

<...>

## РЕШЕНИЕ

по делу №052/05/5-1985/2022

г. Нижний Новгород

Резолютивная часть решения объявлена 30 сентября 2022 года.

Решение в полном объеме изготовлено 03 октября 2022 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Комиссия) в составе:

<...>	-	<...>,
<...>	-	<...>,
<...>.	-	<...>.

рассмотрев дело №052/05/5-1985/2022, возбужденное в отношении Индивидуального предпринимателя Ш<...> по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», в отсутствие индивидуального предпринимателя, уведомленного о времени и месте рассмотрения дела надлежащим образом,

**УСТАНОВИЛА:**

В ходе осуществления контроля за соблюдением требований рекламного законодательства специалистами Нижегородского УФАС России 27.06.2022 в городе Нижнем Новгороде вблизи дома №58 на улице Большая Покровская выявлено распространение рекламных листовок, содержащих признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

В связи с указанными обстоятельствами, Нижегородское УФАС России 30.06.2022 возбудило дело №052/05/5-1985/2022 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Рассмотрение дела по существу состоялось 30 сентября 2022 года.

Согласно данным с официального сайта АО «Почта России» Определение от 20.09.2022 ИП Ш<...>. не получено (почтовый идентификатор 60392275135498).

В целях надлежащего уведомления о времени и месте рассмотрения дела в адрес индивидуального предпринимателя направлена телеграмма.

В соответствии с отчетом АО «Почта России» телеграмма в адрес ИП Ш<...>. не доставлена «квартира закрыта, адресат по извещению за телеграммой не является».

В соответствии с п. 1 ст. 165.1 ГК РФ заявления, уведомления, извещения, требования или иные юридически значимые сообщения, с которыми закон или сделка связывают гражданско-правовые последствия для другого лица, влекут для этого лица такие последствия с момента доставки соответствующего сообщения ему или его представителю. Сообщение считается доставленным и в тех случаях, если оно поступило лицу, которому оно направлено (адресату), но по обстоятельствам, зависящим от него, не было ему вручено или адресат не ознакомился с ним

Согласно разъяснениям, содержащимся в абзаце втором п. 63 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23 июня 2015 г. N 25 "О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации" (далее - постановление Пленума N 25), с учетом положения п. 2 ст. 165.1 ГК РФ юридически значимое сообщение, адресованное гражданину, осуществляющему предпринимательскую деятельность в качестве индивидуального предпринимателя, или юридическому лицу, направляется по адресу, указанному соответственно в едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей или в едином государственном реестре юридических лиц либо по адресу, указанному самим индивидуальным предпринимателем или юридическим лицом

Гражданин, индивидуальный предприниматель или юридическое лицо несут риск последствий неполучения юридически значимых сообщений, доставленных по адресам, перечисленным в абзаце втором данного пункта, а также риск отсутствия по указанным адресам своего представителя (абзац третий п. 63 постановления Пленума N 25).

Таким образом, о времени и месте рассмотрения дела ИП Ш<...>. уведомлен надлежащим образом.

**Изучив материалы дела, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к следующим выводам.**

27.06.2022 в городе Нижнем Новгороде вблизи дома №58 на улице Большая Покровская выявлено распространение листовок с информацией следующего содержания: *«КИБЕПРИДЕ Работаем 24/7 vk.com/kiberpride/ Дарим 2 часа игры, если ты у нас впервые. Самые современные компьютерные клубы!».*

Согласно пункту 1 статьи 3 ФЗ «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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона «О рекламе» 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.

Пункт 3 этой же статьи определил, что товар — продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования — компьютерному клубу «КИБЕPRIDE».

Таким образом, рассматриваемое сообщение содержит все признаки, указанные в пункте 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе», а, следовательно, является рекламой.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «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.

Согласно пункту 9 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Закона о рекламе" (далее - Постановление N 58) рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся, таким образом, необходимо учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускается сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

В соответствии с пунктом 29 указанного постановления 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. В связи с этим, использование в рекламе терминов в превосходной степени "самый", "лучший", "абсолютный", "N 1" должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Подобные утверждения необходимо сопровождать ссылкой на результат соответствующих исследований и источник данных.

Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной.

Таким образом, подобные утверждения необходимо сопровождать ссылкой на результат соответствующих исследований и источник данных.

В рассматриваемом рекламном сообщении: « **...Самые современные компьютерные клубы...**», отсутствует критерий, по которому осуществляется сравнение и не имеет объективного документального подтверждения

Следовательно, рекламное сообщение противоречит требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных статьей 5 Закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

На рекламной листовке размещен QR-код, направляющий на официальную группу в социальной сети «ВКонтакте» - <https://vk.com/kiberpride>.

Согласно информации, размещенной в группе компьютерного клуба, контактным номером телефона является 8-...->...->...->...>.

По информации ПАО «Мегафон», телефонный номер <...> принадлежит ИП Ш<...>

Следовательно, рекламодателем является ИП Ш<...>.

Таким образом, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к выводу о том, что реклама ИП Ш<...> «... самые современные компьютерные клубы», распространенная в июне 2022 года в городе Нижнем Новгороде, является ненадлежащей, противоречащей требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В связи с тем, что в настоящее время реклама не распространяется, Комиссия Нижегородского УФАС России считает нецелесообразным выдавать ИП Ш<...> предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального 5 закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 43-49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 №1922, Комиссия

## **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу ИП Ш<...>«... самые современные компьютерные клубы», распространенную в июне 2022 года в городе Нижнем Новгороде, поскольку она противоречит требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьёй 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

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

<...>

<...>

<...>

<...>

<...>

<...>