

## **РЕШЕНИЕ**

**по делу № 012/05/5-778/2019**

### **о нарушении законодательства о рекламе**

«24» января 2020 года г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: 23 января 2020 года

Полный текст решения изготовлен: 24 января 2020 года

рассмотрев дело № 012/05/5-778/2019, возбужденное в отношении ИП по признакам нарушения пункта 3 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», выразившегося в размещении рекламного баннера в газете в г. Йошкар-Ола в отсутствии лиц, участвующих в деле,

### **УСТАНОВИЛА:**

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее - Марийское УФАС России) поступило обращение в части наличия признаков нарушения законодательства о рекламе при размещении баннера в газете в г. Йошкар-Ола.

В своем обращении заявитель указал, что 1 октября 2019 года изъявил желание осуществить ремонт и реставрацию своей обуви на выставке, проходившей в Дворце культуры, на что заявителю, представителем был дан отказ в связи с тем, что размерный ряд подошв не подходил под параметры обуви заявителя. В свою очередь, заявитель имеет 47-48 размер ноги.

Заявитель отметил, что реклама в вышеуказанном номере газеты содержит недостоверную информацию: «У нас большое количество подошв, которые отвечают современным требованиям, любого размера и на любую ногу, в том числе нестандартную», а также упоминание о проведении выставки по реставрации обуви в МБУ «ДК им.XXX-летия Победы» 15-16 октября 2019 года.

Проведен мониторинг наружной рекламы по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Первомайская, д.109 (МБУК «ДК им. XXX-летия Победы»). В ходе мониторинга установлен факт отсутствия проведения 16 октября 2019 года ремонта и реставрации обуви мастерами из г. Киров.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон 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.

Под объектом рекламирования понимают 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.

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. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена (Письмо ФАС России от 05.04.2007 № АЦ/4624 «О понятии «неопределенный круг лиц»).

Согласно пункту 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 №258 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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, является рекламой и должна в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе.

Из анализа текста рекламы следует, что объектом рекламирования выступают услуги по ремонту и реставрации обуви на выставках-продаж, проводимых в «ДК им. XXX-летия Победы», услуги продажи обуви в ТЦ по адресу: г. Йошкар-Ола...

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, так как распространена посредством размещения рекламного баннера в газете

Деятельность по выполнению реставрационных работ по ремонту обуви осуществляется ИП, согласно договору возмездного оказания услуг от 15 октября 2019 года, между предпринимателем и МБУК.

В письменных пояснениях МБУК указал, что выставка-продажа ремонта обуви ИП проводилась 08.10.2019 и 15.10.2019. При этом, договоры возмездного оказания услуг заключаются в день проведения выставок-продаж.

Согласно пояснениям МБУК, договоры возмездного оказания услуг по техническому обслуживанию выставки-продажи ремонта обуви были заключены 08.10.2019 и 15.10.2019, что подтверждается Приложениями к договорам о перечне оказываемых услуг и счетом-фактуры №200000235 от 08.10.2019, № 00000239 от 15.10.2019, а также составлены акты об оказании услуг № 00000239 от 08.10.2019, 15.10.2019 и приходные кассовые ордера № 243 от 09.10.2019 № 248 от 15.10.2019.

Отсюда следует, что выставка-продажа по ремонту и реставрации обуви не проводилась 16 октября 2019 года.

ИП пояснил, что в газете реклама «» размещалась с 21.09.2019 в соответствии с договором № 5644 от 19.04.2019. Соглашением о внесении дополнения к договору № 5644 от 19.04.2019 установлено, что периодами размещения рекламы являются октябрь 2019 - апрель 2020 гг.

Готовый макет рекламного баннера был направлен ИП посредством электронной переписки с рекламодателем.

Рекламодателем вышеуказанной рекламы является ИП

ИП указал, что мужская обувь, представляемая на выставке-продаже, составляет размерный ряд от 36 по 41 размера подошвы артикула «1720», от 39 по 45 размер подошвы артикула «Ванкувер». Размерный ряд женской подошвы составляет от 36 по 47 артикулом «1720».

ИП считает, что фраза, используемая в рекламе «подошвы любого размера и на любую ногу, в том числе нестандартную» основана на том, что нестандартная подошва регулируется шириной колодки, на которую затягивается, а в последствии приклеивается подошва и не является недостоверной.

Однако индивидуальный предприниматель не представил сведения о наличии размеров «нестандартной» обуви, информация о которой указана в рекламе.

В соответствии с пунктом 3 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока.

Указанная позиция законодателя и антимонопольного органа соотносится с принципами добросовестной конкуренции и достоверности сообщаемых сведений о рекламодателях, их товарах, работах и услугах в рекламе, запретом на использование в отношении и потребителей, и конкурентов (конкретных или неопределенных) недобросовестных способов привлечения внимания к объекту рекламирования.

На основании изложенного следует, что в рекламе указаны недостоверные сведения о дате проведения выставок-продажи (16.10.2019), а также недостоверные сведения о наличии любых размеров обуви, информация о которой указана в рекламе.

В силу части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 3 части 3 статьи 5, Закона о рекламе несет рекламодатель, которым в силу пункта 5 статьи 3 Закона о рекламе является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП, поскольку вышеуказанная реклама размещалась в «» ИП.

Поскольку готовый макет рекламы был направлен ИП для размещения в газете и разрабатывался самостоятельно, а также рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания к услугам, оказываемым ИП, следовательно, ИП является рекламодателем и рекламопроизводителем указанной рекламы.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссией Марийского УФАС России установлено, что рекламная информация размещалась 12.10.2019, что подтверждается письменными пояснениями ИП от 30.12.2019 вх. 12296, в которых предприниматель признает факт нарушения Закона о рекламе, а также устранение вышеуказанных нарушений, в связи с чем у

Комиссии Марийского УФАС отсутствуют основания для выдачи предписания о прекращении нарушения Закона о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ИП размещенную в газете «» № 41 (67) от 12.10.2019 «» в г. Йошкар-Ола, поскольку в ней нарушены требования пункта 3 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении.

*Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.*