

РЕШЕНИЕ

07 марта 2014 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Резолютивная часть решения объявлена 04 марта 2014 года.

Комиссия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

<...> - заместитель руководителя управления.

Члены Комиссии:

<...>,

рассмотрев дело № 3-01/09-2014 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения индивидуальным предпринимателем Б <...> (г. <...>, ул. <...>, д. <...>, кв. <...>; ИНН <...>) рекламного слогана «Городская Похоронная Служба № 1» с нарушением пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»),

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – индивидуального предпринимателя Б<...>

УСТАНОВИЛА:

В рамках осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства о рекламе, отделом контроля закупок, органов власти и рекламы установлено следующее.

В газете «PRO Город Пенза» от 31.12.2013 №2 (176) стр.16 размещена информация со слоганом: «Городская Похоронная Служба №1» с признаками нарушения законодательства о рекламе.

Пензенским УФАС России определением от 13.02.2014 по факту распространения в газете «PRO Город Пенза» рекламного слогана «Городская Похоронная Служба №1», возбуждено дело № 3-01/09-2014 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 «О рекламе». Рассмотрение дела назначено на 04.03.2014. К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечен индивидуальный предприниматель Б<...>.

На рассмотрении дела 04.02.2014 индивидуальный предприниматель Б<...> устно пояснил, что использование в рекламе слогана «Городская Похоронная Служба №1», подразумевало, что как индивидуальный предприниматель он первым стал оказывать ритуальные услуги, среди других ИП. Факт нарушения признал, согласился, что в рекламе не приведены критерии проведения сравнения «Городская Похоронная Служба №1».

Индивидуальный предприниматель Б<...> представил копии следующих документов: копию свидетельства о государственной регистрации физического

лица в качестве индивидуального предпринимателя; копию свидетельства о поставке на учет физического лица в налоговом органе; копию выписки из ЕГРИП.

Изучив представленные документы, заслушав и исследовав доводы лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия пришла к следующему выводу:

В газете «PRO Город Пенза» от 31.12.2013 №2 (176) стр.16 размещена информация следующего содержания: «Городская Похоронная Служба №1. Мы с Вами в трудную минуту! Все виды ритуальных услуг. Хотите достойно проводить в последний путь недорого и без посредников? Звоните! Т. 77-11-33 (круглосуточно) . Вызов агента на дом – бесплатно!» (с изображением знака Городская Похоронная Служба №1).

В соответствии со статьёй 3 Федерального закона «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

- предназначаться для неопределенного круга лиц;
- привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;
- способствовать продвижению объекта рекламирования на рынке.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правонарушения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Информация: «Городская Похоронная Служба №1. Мы с Вами в трудную минуту! Все виды ритуальных услуг. Хотите достойно проводить в последний путь недорого и без посредников? Звоните! Т. 77-11-33 (круглосуточно) . Вызов агента на дом – бесплатно!», 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: формирует и поддерживает интерес к объектам рекламирования и способствует их продвижению на рынке аналогичных услуг (по своему характеру разовым предложением не является), следовательно, является рекламой.

Согласно части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

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.

С учетом указанных требований, соответствие действительности сведений, содержащихся в рекламе, должно быть документально подтверждено.

В ходе рассмотрения дела установлено, что в рекламе ритуальных услуг, размещенной в газете «PRO Город Пенза» используется термин в превосходной степени «№1», без указания конкретного критерия.

Использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

Утверждение «№1», свидетельствует о превосходстве «Городской похоронной службы», принадлежащей индивидуальному предпринимателю Б<...> в сравнении с другими компаниями, поскольку «№1» подразумевает, что рекламируемая компания является первой из числа других однородных компаний, обладает более высокими достоинствами и преимуществом перед ними во всех отношениях.

Кроме того, поскольку в рекламе не приведены критерии проведения сравнения, невозможно установить обоснованность того, является ли «Городская Похоронная Служба» первой службой города. В отсутствие указания критерия сравнения создается впечатление, что рекламируемая служба обладает заявленным преимуществом по всем показателям.

В городе Пензе в настоящее время на товарном рынке работает несколько десятков предприятий, в том числе индивидуальных предпринимателей, предлагающих аналогичные услуги, оказываемые индивидуальным предпринимателем Б<...>.

Рынок, на котором осуществляет свою деятельность индивидуальный предприниматель Б<...>, является конкурентным, и утверждение: « №1» носит недостоверный характер.

При этом информация «Городская похоронная служба №1» в ходе рассмотрения дела документально подтверждена не была, доказательств, свидетельствующих, что данная служба имеет какие либо преимущества перед другими компаниями, Комиссии не представлено.

Следовательно, в рекламе нарушаются требования пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 настоящего закона несет рекламодаделец.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем вышеуказанной рекламы является индивидуальный предприниматель Б<...> (ИНН 583409247906), что подтверждается договором от 28 октября 2013 года № 1102 на оказание услуг по размещению рекламы в газете «ПРО город Пенза» с индивидуальным предпринимателем К<...>.

Учитывая вышеизложенное, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, Комиссия пришла к выводу, что индивидуальный предприниматель Б<...> нарушил требования пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На момент рассмотрения дела Комиссии Пензенского УФАС России доказательств устранения нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» индивидуальным предпринимателем Б<...> представлено не было.

В связи с чем, Комиссия Пензенского УФАС России считает целесообразным выдачу предписания о прекращении нарушения требований рекламного законодательства.

В силу части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

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 от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу со слоганом: «Городская похоронная служба №1» с утверждением «№1», распространяемую индивидуальным предпринимателем Б<...> в газете «ПРО Город Пенза» от 31.12.2013 №2 (176) стр.16, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю Б<...> предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении,

предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 07 марта 2014 года.

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