

РЕШЕНИЕ № 9/2015

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

председатель Комиссии: Смышляева И.А.– и.о. заместителя руководителя Управления;

члены Комиссии:

Власов А.А. – начальник отдела антимонопольного и рекламного контроля,

Есина Е.М. - специалист 1 разряда отдела антимонопольного и рекламного контроля.

рассмотрев дело № 9/2015 по признакам нарушения ООО «Лента», Федерального закона 2006 года №38-ФЗ (далее - Закон «О рекламе»),

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- представитель ООО «Лента»: <...> по доверенности от 10.12.2014 г. (далее – Представитель Общества);

УСТАНОВИЛА:

Должностным лицом отдела антимонопольного и рекламного контроля Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области (далее- Управление), в ходе осуществления государственного контроля по соблюдению законодательства Российской Федерации о рекламе установлено, что реклама: «...А почему на товары «365 дней» нет скидок? Это самые низкие цены на рынке, цены и так уже снижены до минимума...», размещенная на странице 20 в каталоге товаров собственных торговых марок Лента (цена действительны по карте лента с 06.01.15 по 19.01.15), имеет признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, поскольку в ней усматривается нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

На основании п.1 ч. 3 ст. 5 Закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими производителями или реализуются другими продавцами.

Из материалов дела следует, что реклама: «...А почему на товары «365 дней» нет скидок? Это самые низкие цены на рынке, цены и так уже снижены до минимума...» размещалась в каталоге товаров собственных торговых марок Лента (цена

действительны по карте лента с 06.01.15 по 19.01.15).

В данной рекламе присутствует информация, содержащая сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями, без указания на конкретный критерий, по которому идет сравнение, что нарушает п.1 ч. 3 ст. 5 Закона «О рекламе».

На заседании Комиссии представитель Общества пояснил, что офис в Вологде, размещая данную рекламу, допустил ошибку, в связи с этим и последовало нарушение рекламного законодательства. Представитель Общества признал нарушение рекламного законодательства.

Комиссией установлено, что вышеуказанная реклама размещалась в каталоге товаров собственных торговых марок Лента (цена действительны по карте лента с 06.01.15 по 19.01.15), который распространялся по городу Вологда. Количество изготовленных и распространенных экземпляров, составляет 48 000 штук, согласно заказу и накладной на поставку № 4511848509 от 15.12.2014 к договору поставки №10062014 от 10.06.2014 г.

Рассмотрев материалы дела, заслушав представителей сторон, Комиссия приходит к выводу, что данная реклама не соответствует пункту 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

В соответствии со статьей 3 Закона «О рекламе» рекламой является информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с помощью 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.

Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимание к которым направлена реклама.

Товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

На основании п.1 ч. 3 ст. 5 Закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими производителями или реализуются другими продавцами.

Нарушение п.1 ч. 3 ст. 5 Закона «О рекламе» заключается в том, что в рекламе Общества искажается смысл информации и вводит потребителей рекламы в заблуждение, которая содержит не соответствующие действительности сведения: о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими производителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать

критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителей верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Таким образом, в рекламе не допускается использование информации не соответствующей действительности и аналогичных сведений о преимуществах рекламируемого товара.

В данном случае при оценке текста размещенной рекламы действующему законодательству Комиссия пришла к выводу о том, что в спорной рекламе приводятся не обладающие достоверностью сведения о превосходстве (преимуществе) объекта рекламирования – «самые низкие цены на рынке» на товары «365 дней» - над такими же товарами иных хозяйствующих субъектов, что может вызвать неверные представления у потребителей относительно объекта рекламирования и негативно повлиять на выбор товаров того или иного производителя или продавца товара.

Комиссия считает, что общее восприятие рекламы не содержит соответствующие действительности сведения, вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку преимущества рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами не находят подтверждения превосходства товара в тексте рекламы.

Действующее законодательство в регулируемой сфере правоотношений исходит из того, что достоверность распространяемой рекламы с использованием утверждений в превосходной степени "самый" должна соответствовать реальной действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

По мнению Комиссии, применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени, например утверждений о "самом", "лучшем", "абсолютном", "единственном", "N 1" и т.п., действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодатель не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства. При этом 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.

Таким образом, в рекламе Общества присутствует информация сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени «самые» без

указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, что нарушает требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

В силу части 4 статьи 3 Закона «О рекламе», ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Рекламодателем данной рекламы, т.е. изготовителем или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, является Общество, что подтверждается договором №10062014 от 10.06.2014 г. и письмом Общества от 16.02.2015 г. № б\н.

В соответствии с частями 6 статьи 38 Закона «О рекламе», рекламодатель несет ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 названного Федерального закона.

На основании вышеизложенного, руководствуясь статьей 36 Закона «О рекламе», в соответствии с пунктом 37 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: «...А почему на товары «365 дней» нет скидок? Это самые низкие цены на рынке, цены и так уже снижены до минимума...», размещенной на странице 20 в каталоге товаров собственных торговых марок Лента (цена действительны по карте лента с 06.01.15 по 19.01.15), поскольку она не соответствует требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Лента» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Вологодского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в суд в трехмесячный срок со дня вынесения решения.

Подача заявления о признании недействительным решения антимонопольного органа не приостанавливает исполнение решения, если судом не будет вынесено определение о приостановлении исполнения решения.

Председатель Комиссии

_____:

И.А. Смышляева

А.А. Власов

_____:

Е.М. Есина

_____: