

РЕШЕНИЕ

30 апреля 2015 г.

г. Липецк

Резолютивная часть решения объявлена 21 апреля 2015 года

Решение в полном объеме изготовлено 30 апреля 2015 года

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

председатель: - вр.и.о. руководителя управления Л.А. Черкашина,

члены комиссии: - специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции Е.А. Высочина,

- специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции И.Г. Дубовская,

рассмотрев дело № 4, возбужденное по признакам нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» обществом с ограниченной ответственностью «Лента» <...>, в присутствии:

представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе — ООО «Лента» <...>,

УСТАНОВИЛА:

Специалистами отдела рекламы и недобросовестной конкуренции Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области при осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе было установлено, что 09.01.2015 по почтовым ящикам жилых домов № 3 по ул. Космонавтов и № 20 по ул. Липецк-2 г. Липецка, а также на сайте в сети Интернет <...> распространялся рекламный каталог товаров собственных торговых марок «ЛЕНТА» (цены действительны с 06.01.2015 по 19.01.2015), на 20 странице которого указано: «А почему на товары «365 дней» нет скидок? Это самые низкие цены на рынке, цены и так уже снижены до минимума».

Статья 1 ФЗ «О рекламе» (далее – Закон) в числе целей данного Федерального закона устанавливает, в том числе, реализацию права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Согласно п. 1 ст. 3 ФЗ Закона 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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

п. 2 ст. 3 ФЗ «О рекламе» говорит, что объект рекламирования - 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.

В соответствии с п. 3 ст. 3 ФЗ «О рекламе» товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно п. 4 ст. 3 Закона ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с ч. 1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. При этом ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» гласит, что недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения.

Предметом регулирования ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе» являются отношения, связанные с предоставлением потребителям достоверной информации о рекламируемых товарах и рекламодателях в целях обеспечения свободы потребительского выбора и реализации потребителями прав, предусмотренных законодательством о защите прав потребителей.

Предписания части 3 статьи 5 касаются содержания рекламных посланий и распространяются на предоставляемую информацию о товарах, о полномочиях и обязательствах рекламодателя, а также иную информацию, способную повлиять на правильный выбор предлагаемых товаров. В первую очередь предписаниям данной нормы должны следовать рекламодатели.

Сообщаемая в рекламе информация об объекте рекламирования должна быть достоверной. Достоверность информации предполагает правдивость и соответствие содержащихся в ней сведений о товаре, рекламодателе, его полномочиях и обязательствах и прочем действительным, имеющим место в реальности во время, к которому относятся такие сведения.

Под недостоверной рекламой понимается присутствие в рекламе не соответствующих действительности сведений в отношении объектов рекламирования. Посягательства на достоверность рекламы не допускаются. Недостоверная реклама является ненадлежащей рекламой.

п. 1 ч. 3 ст. 5 запрещает сообщать недостоверные сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Данная норма вводит ограничительные требования к рекламе, в которой делаются сравнения. При сравнении с другим товаром в рекламе не должны приводиться не обладающие достоверностью, сомнительные и искаженные сведения о качествах или свойствах, выгодно отличающих один товар от другого, о превосходстве товара в сравнении с товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, о выгодах или возможностях, которые товар имеет по сравнению с другими.

Непременным условием соответствия сравнению закону должна быть истинность приводимых сведений о собственных товарах и о чужих товарах. Если сравнительная реклама способна вызвать неверные представления у потребителей по поводу предлагаемого товара, она рассматривается как ненадлежащая. Необходимо, чтобы потребитель был правильно информирован и объективно имел право свободного (осознанного) выбора предлагаемых товаров и услуг.

Применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени (например, утверждений о «самом», «лучшем», «абсолютном», «единственном» и тому подобных), действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодаделец 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.

С целью осуществления своих полномочий по государственному надзору за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждению, выявлению и пресечению нарушений физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе, Управлением Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области были запрошены необходимые документы и информация.

Из анализа поступивших документов и информации установлено, что рекламодателем в рамках каталога является ООО «Лента» <...>, дизайн каталога разрабатывало ООО «Мастерпейдж», печать каталога осуществляло ЗАО «Алмаз-Пресс», рекламодателем являлось ООО «Директ Маркетинг Сервис Групп». Распространение каталогов осуществлялось в следующих городах: Рязань, Тверь, Ярославль, Сыктывкар, Елино, Москва, Брянск, Воронеж, Белгород, Сергиев Посад, Смоленск, Липецк, Иваново. Макет каталога, представленный обществом полностью идентичен каталогу, распространявшемуся в г. Липецк. Каких-либо доказательств, подтверждающих обоснованность фразы «Это самые низкие цены на рынке, цены и так уже снижены до минимума» в Липецкое УФАС России не представлено.

Кроме того установлено, что цены, указанные в рекламном каталоге товаров собственных торговых марок торговой сети «ЛЕНТА» (период действия 06.01.2015 по 19.01.2015), не являлись самыми низкими среди цен на товары собственных торговых марок иных торговых сетей Липецкой области в период с 01.01.2015 по 20.01.2015.

Наименование товара	Цена			
	ООО «ЛЕНТА»	ЗАО «ТД «ПЕРЕКРЕСТОК»	ООО «АШАН»	ООО «МЕТРО Кэш энд Керри»
Колбаса докторская вареная, 500 г	79,99	55,00		
Бекон сырокопченный нарезка, 200 г	139,99		63,6	
Скумбрия атлантическая хол. копчения, нарезка, 1 кг	299,99		261,46	
Крабовое мясо замороженное (охлажденное), 1 кг	171,89			93,00
Тесто слоеное замороженное, 500 г	29,99			25,81
Сырок творожный в ассорт., 100 г	16,99		10,18	
Икра лососевая зернистая, 95 г	159,99			144,88
Блинчики замороженные в ассорт. 420 г	32,99	30,50	26,30	26,35
Салат из морской капусты, 400 г	46,99		30,93	43,46
Томатная паста 360 г	29,99		25,77	
Кальмар сушеный, 80 г	48,99		43,64	
Желтый полосатик, 80 г	49,99		46,94	
Нектар яблочный, 0,2 л	7,99	6,70 – 7,50	6,71 – 7,53	6,63
Паштет в ассорт., 250 г	28,99		19,59	25,18
Мед натуральный	199,99			120,46

цветочный, 1 кг				
Чай черный байховый, мелколистовой 200 г	27,99		24,62	27,96
Баранки с маком, 350 г	31,99	31,00		
Зефир в ассорт., 300 г	39,99		26,29	
Паста шоколадно-молочная, 700 г	86,99		71,32	
Корм для кошек, 100 г	11,59	9,90	11,13	9,88
Наполнитель для кошачьего туалета древесный, 4 кг	64,09		38,44	
Мыло туалетное детское, 100 г х 4 шт.	44,99			37,28
Салфетки универсальные вискоза, 3 шт.	10,10		9,78	
Пакеты для мусора 120 л. 10 шт.	34,39		16,46	
Пакеты фасовочные	24,90	14,95		
Перчатки 100% хлопок, 1 пара	7,41		7,41	
Мангал без шампуров	99,00		96,06	

По своему содержанию рекламная информация: «А почему на товары «365 дней» нет скидок? Это самые низкие цены на рынке, цены и так уже снижены до минимума» однозначно призвана продвинуть на рынке товары рекламодателя, реализуемые под торговой маркой «365 дней», привлечь потребителя к тому, чтобы товары были приобретены именно в торговой сети «ЛЕНТА».

Утверждение «Это самые низкие цены на рынке, цены и так уже снижены до минимума» подразумевает, что товары, реализуемые рекламодателем под торговой маркой «365 дней», являются самыми дешевыми из числа других однородных товаров, реализуемых другими продавцами в Липецкой области.

Согласно «Большому толковому словарю русского языка» под редакцией <...> слово «самый, -ая, -ые» употребляется, в том числе для «образования превосходной степени» и указывает на предел проявления признака, качества или количества.

Обратив свое внимание на рекламу ООО «Лента», содержащуюся в рекламном каталоге товаров собственных торговых марок гипермаркета «ЛЕНТА» (период действия 06.01.2014 по 19.01.2015), в которой указано, что «Это самые низкие цены на рынке, цены и так уже снижены до минимума», потребитель для совершения покупок скорее всего выберет именно гипермаркет «ЛЕНТА» и приобретет «самые дешевые товары на рынке» под торговой маркой «365 дней».

Вместе с тем, ООО «Лента» неправомерно использует фразу «Это самые низкие цены на рынке» в рекламе реализуемых товаров, так как не имеет преимуществ в цене перед товарами других продавцов.

Следовательно, реклама ООО «Лента» с утверждением «Это самые низкие цены на рынке» о ценовом преимуществе рекламируемых товаров, реализуемых под торговой маркой «365 дней», перед находящимися в обороте товарами, которые реализуются другими продавцами, является недостоверной так как к настоящему времени рекламодатель не подтвердил достоверность утверждения о «самых низких ценах» по сравнению с аналогичными товарами всех других продавцов.

Согласно части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных, в частности пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель, которым, в силу пункта 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе», является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, то есть ООО «Лента».

В соответствии с указанными выше фактами, реклама ООО «Лента» следующего содержания: «А почему на товары «365 дней» нет скидок? Это самые низкие цены на рынке, цены и так уже снижены до минимума», распространенная на 20 странице рекламного каталога товаров собственных торговых марок «ЛЕНТА» (цены действительны с 06.01.2015 по 19.01.2015) 09.01.2015, содержит признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», т.к. содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Определением о возбуждении дела № 4 по признакам нарушения законодательства о рекламе от 09.04.2015 в отношении ООО «Лента» возбуждено дело и назначена дата рассмотрения дела на 21 апреля 2015 года на 11 часов 00 минут в Липецком УФАС России.

На рассмотрении дела 21.04.2015 представитель ООО «Лента» <...> представила документы, запрошенные определением о возбуждении дела от 09.04.2015.

Проанализировав имеющиеся в деле доказательства, в результате совещания, руководствуясь п.1 ч.2 ст.33, ч.1 ст.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 общества с ограниченной

ответственностью «Лента» следующего содержания: «А почему на товары «365 дней» нет скидок? Это самые низкие цены на рынке, цены и так уже снижены до минимума», распространённую на 20 странице рекламного каталога товаров собственных торговых марок «ЛЕНТА» (цены действительны с 06.01.2015 по 19.01.2015), т. к. нарушены требования п. 1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

2. Не выдавать ООО «Лента» предписание об устранении нарушений законодательства о рекламе в связи с окончанием срока распространения рекламы.

3. Передать материалы дела должностному лицу Липецкого УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

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