

РЕШЕНИЕ

по делу № 04/04-2015 р

Резолютивная часть решения оглашена 20 апреля 2015 года

В полном объеме решение изготовлено 06 мая 2015 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства в составе: Председателя комиссии:

<><> – руководителя УФАС по Кировской области;

Членов комиссии:

<>

<>

Секретарь- <>;

в присутствии:

заявителя: Индивидуального предпринимателя <>

в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: Индивидуального предпринимателя <>;

рассмотрев дело № 04/04-2015 р, возбужденное по заявлению ИП <>. по признакам нарушения ИП <> п. 1 ч. 2 ст. 5, п. 1 ч. 3 ст. 5 и п. 4 ч. 3. ст. 5 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 года № 38-ФЗ (далее по тексту Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

В Кировское УФАС России для рассмотрения по существу поступило заявление ИП <> по факту размещения в газете «Про Город» № 5 (74) от 31.01.2015 г. рекламной информации следующего содержания: *«Поступление новой европейской коллекции оправ. Качественные фабричные изделия от 450 рублей. Акция! Вторые очки в подарок. ТЦ «<...>», ул. <...>, тел. 711-<...> (вход со стороны «Эльдорадо»). «Айкрафт Оптика». Лучшие европейские бренды. Имеются противопоказания. Проконсультируйтесь со специалистом».*

Заявитель считает, что оправы, произведенные в Европе, не могут стоить 450 рублей. Спорная реклама содержит некорректное сравнение (лучшие европейские бренды) рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями и реализуются другими изготовителями.

Определением от 19.03.2015г. возбуждено дело № 04/04-2015 р по признакам нарушения п. 1 ч. 2 ст. 5, п. 1 ч. 3 ст. 5 и п. 4 ч. 3. ст. 5 Федерального закона «О рекламе» в отношении ИП <> Рассмотрение дела № 04/04-2015 р назначено на 14.04.2015 г.

14.04.2015 г. в рассмотрении дела № 04/04-2015 р объявлен перерыв до 20.04.2015 г.

На заседании Комиссии Кировского УФАС России, состоявшемся 20.04.2015г. заявитель ИП <> поддержала доводы, изложенные в заявлении, представила дополнительные документы (приложены к материалам дела).

ИП < на заседание Комиссии не явилась, направила ходатайство о рассмотрении дела в ее отсутствие. Представила письменные пояснения, согласно которым следует, что спорная реклама не нарушает требования ФЗ «О рекламе». В рекламе не указано, что европейские оправы стоят 450 рублей. В салоне оптики «Айкрафт» реализуется оправы и очки следующих брендов: «Classic», «Zen», «Montana», «Barcelona», «Elizabeth Arden» и другие, а также одни из самых известных мировых брендов, такие как «Giorgio Armani», «D&G», «Miu Miu», «Ralph Lauren», «Tiffani» и другие. Международная консалтинговая группа «Interbrend» представила рейтинг «100 лучших мировых брендов 2014 года», куда вошли такие бренды, как «Ralph Lauren», «Tiffani». В салоне «Айкрафт» данные бренды продаются (фото моделей прилагаются), поэтому в салоне «Айкрафт» лучшие европейские бренды.

Изучив материалы дела, комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламой является информация, распространяемая 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 понимается 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная в газете «Про Город» № 5 (74) от 31.01.2015 г. следующего содержания: *«Поступление новой европейской коллекции оправ. Качественные фабричные изделия от 450 рублей. Акция! Вторые очки в подарок! ТЦ «<...>», ул.<...>, тел. 711-<...> (вход рядом с «<...>») Лучшие европейские бренды. Айкрафт Оптика. Имеются противопоказания, проконсультируйтесь со*

специалистом», адресована неопределенному кругу лиц, так как распространена в бесплатной рекламной газете, являющейся общедоступной, направлена на привлечение внимания покупателей к объекту рекламирования – оптике «Айкрафт» и рекламируемым в ней товарам (оправам, очкам), способствует формированию интереса к рекламируемым товарам и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

Общие требования к рекламе установлены в [статье 5](#) Федерального закона «О рекламе», в которой определено, что реклама должна быть достоверной. Недостоверная реклама не допускается ([часть 1 названной статьи](#)).

В ходе рассмотрения дела установлено, что содержащаяся в спорной рекламе информация о продаже в оптике «Айкрафт» *европейской коллекции оправ* формирует интерес неопределенного круга лиц к реализуемым товарам (оправам для очков, отнесенным Общероссийским [классификатором](#) продукции ОК 005-93, утвержденным постановлением Госстандарта РФ от 30.12.1993 N 301 (в редакции от 15.12.2009 с изм. от 24.05.2010), к медицинской технике.

Требования к рекламе лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов лечения, установлены [статьей 24](#) Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с [частью 7 статьи 24](#) Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

При этом, рекламный модуль *«Поступление новой европейской коллекции оправ. Качественные фабричные изделия от 450 рублей. Акция! Вторые очки в подарок!Лучшие европейские бренды. Айкрафт Оптика. Имеются противопоказания, проконсультируйтесь со специалистом»*, размещенный в газете «Про Город» № 5 (74) от 31.01.2015 г. содержит необходимое предупреждение о возможных противопоказаниях и консультации специалистов, что подтверждает отнесение рекламируемой услуги к медицинской (медицинской технике).

Таким образом, в данном случае объектом рекламирования являются оправы, относящиеся в медицинской технике (медицинским услугам).

Согласно [п. 3 ст. 20](#) Федерального закона от 27 декабря 2002 г. N 184-ФЗ "О техническом регулировании" обязательное подтверждение соответствия осуществляется в формах:

-принятия [декларации](#) о соответствии;

-обязательной сертификации.

Очки и линзы для коррекции зрения включены в Единый [перечень](#) продукции, подтверждение соответствия которой осуществляется в форме принятия

декларации о соответствии, утвержденный Постановлением Правительства Российской Федерации от 1 декабря 2009 г. N 982 "Об утверждении Единого перечня продукции, подлежащей обязательной сертификации, и Единого перечня продукции, подтверждение соответствия которой осуществляется в форме принятия декларации о соответствии" (далее - Перечень N 982).

В соответствии с Общероссийским классификатором продукции ОК 005-93, утвержденным [Постановлением](#) Госстандарта России от 30 декабря 1993 г. N 301 (далее - ОК 005-93), в раздел "Медицинская техника" [Перечня](#) N 982 включены, в том числе следующие виды продукции: - очки для коррекции зрения (массового производства) - код [94 4260](#); - оправы очковые - код [94 4265](#); - линзы очковые для коррекции зрения - код [94 8100](#).

В соответствии с [п. 4 ст. 7](#) Закона Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. N 2300-1 "О защите прав потребителей" (далее - Закон N 2300-1), если на товары (работы, услуги) законом или в установленном им порядке установлены обязательные требования, обеспечивающие их безопасность для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды и предотвращение причинения вреда имуществу потребителя, соответствие товаров (работ, услуг) указанным требованиям подлежит обязательному подтверждению в порядке, предусмотренном законом и иными правовыми актами.

Из [п. 1 ст. 10](#) Закона N 2300-1 следует, что изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора.

[Пунктом 2 указанной статьи](#) установлено, что информация о товарах (работах, услугах) в обязательном порядке должна содержать информацию об обязательном подтверждении соответствия товаров (работ, услуг), указанных в [п. 4 ст. 7](#) Закона N 2300-1.

В соответствии с [п. 12](#) Правил продажи отдельных видов товаров, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 19 января 1998 г. N 55, продавец доводит до сведения информацию о подтверждении соответствия продукции установленным требованиям одним из следующих документов:

-сертификатом или декларацией соответствия;

-копией сертификата, заверенной держателем подлинника сертификата, нотариусом или органом по сертификации товаров, выдавшим сертификат;

-товарно-сопроводительными документами, оформленными изготовителем или поставщиком (продавцом), содержащими по каждому наименованию товара сведения о подтверждении его соответствия установленным требованиям (номер сертификата соответствия, срок его действия, орган, выдавший сертификат, или регистрационный номер декларации о соответствии, срок ее действия, наименование изготовителя или поставщика (продавца), принявшего декларацию, и орган, ее зарегистрировавший) и заверенными подписью и печатью изготовителя (поставщика, продавца) с указанием его адреса и телефона.

Эти документы должны быть заверены подписью и печатью изготовителя

(поставщика, продавца) с указанием его адреса и телефона.

При реализации оправ для очков, продавец должен иметь в наличии надлежащим образом заверенные сертификаты соответственно на каждый вид данного товара.

В материалы дела представлен сертификат соответствия № 1205573, выданный «Luxottica S.r.l.», Италия на продукцию -оправы корригирующих очков, торговые марки указаны в Приложении к сертификату соответствия № 0378507. Согласно Приложению к сертификату соответствия № 0378507 перечень конкретной продукции, на которую распространяется действия сертификата соответствия - оправы корригирующих очков торговых марок: Giorgio Armani, Armani Exchange, Emporio Armani, Arnette, Brooks Brothers, Burberry, Bvlgari, Chanel, Chaps, Club Monaco, Coach, Dkny, Donna Karan, D&G, Dolce & Gabbana, K&L, Luxottica, Miu Miu, Mosley Tribes, Oliver Peoples, Paul Smith, Persol, Polo Prada, Prada Linea Rossa, Ralph, Ralph Lauren, Ray-Ban, Revo, Sferofkex, Stella McCartney, Tiffani, Tory Burch, Versace, Versus, Vogue. На вышеуказанном сертификате и Приложении к нему стоит печать ООО «Айкрафт оптика Нью-Йорк», а также штамп, на котором указано Генеральный директор ООО «Айкрафтоптика Нью-Йорк» <>

Кроме того, представлены ИП <> документы, а именно: сертификат соответствия № 1205573, выданный «Luxottica S.r.l.», Италия на продукцию -оправы корригирующих очков и Приложение к сертификату соответствия № 0378507 на перечень конкретной продукции, на которую распространяется действия сертификата соответствия - оправы корригирующих очков торговых марок не могут подтверждать, что в салоне «Айкрафт Оптика» продаются качественные фабричные изделия от 450 рублей, а также лучшие европейские бренды, как сообщается в рекламном модуле, по следующим основаниям.

Вышеуказанные заказы, по мнению ИП <> и исходя из рекламной информации, а также представленных в дело документов на оправы «Classic», подтверждают реализацию *качественных фабричных изделий (оправ «Classic») от 450 рублей*, но торговая марка «Classic» в приложении к сертификату соответствия № 0378507 отсутствует.

В материалы дела не представлено доказательств того, что на данную торговую марку «Classic» имеется сертификат соответствия, регистрационное удостоверение, подтверждающие, что изделие (оправы) соответствуют комплекту регистрационной документации и разрешены к импорту, продаже и применению на территории Российской Федерации. В представленных заказах вышеуказанная информация также отсутствует, как отсутствует и информация об изготовителе и импортере данной продукции.

Таким образом, информация *«качественные фабричные изделия от 450 рублей»* и *«лучшие европейские бренды»*, размещенная в рекламном модуле газеты «Про Город» № 5 (74) от 31.01.2015г., документально не подтверждена.

При этом, заявителем в материалы дела представлены документы, которые свидетельствуют о том, что реализуемые им товары соответствуют всем предъявляемым к реализации данных товаров (очков, оправ, линз и т.п.) требованиям, а именно: наличие сертификатов соответствия, регистрационных удостоверений, разрешений, деклараций соответствия.

Из анализа представленных заявителем документов Комиссия делает вывод, о том, что реализуемый товар является фабричным изделием, в силу наличия вышеуказанных документов.

При этом, минимальная цена на товар (в рассматриваемом случае оправы) указана 1615 рублей, что подтверждается заказом покупателя № ИПЭн-000083 от 10.01.2015 г.

Информация о том, что товар – оправы (торговой марки «Classic»), являются качественными фабричными изделиями, т.е. сертифицированным товаром, реализуемые в салоне «Айкрафт Оптика» от 450 рублей, является недостоверной.

Согласно п. 4 ч. 3. ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Таким образом, информация, размещенная «Про Город» № 5 (74) от 31.01.2015 г. следующего содержания «Поступление новой европейской коллекции оправ. Качественные фабричные изделия от 450 рублей. Акция! Вторые очки в подарок! ТЦ «<...>», ул.<...>, тел. 711-<...> (вход рядом с «Эльдорадо») Лучшие европейские бренды. Айкрафт Оптика. Имеются противопоказания, проконсультируйтесь со специалистом», является ненадлежащей, и, соответственно, нарушает требования п. 4 ч. 3. ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно Толковому словарю русского языка (под редакцией <>.), значение слово «лучший»: 1.Хороший. 2.Самого высокого качества, самого хорошего свойства.

В рассматриваемом случае из содержания рекламной информации следует, что в салоне «Айкрафт Оптика» продаются лучшие (самого высокого качества) европейские бренды.

В подтверждение данной информации ИП <> представлены следующие документы: заказ № 245004071 оправы Classic 4550 с7 ОБ цена 450 рублей, заказ № 245004370 Оправы Classic 2723 ОБ, цена 450 рублей; заказ № 245004451 оправы Classic 412 Brown С6 ОБ, цена 450 рублей; заказ № 245004473 оправы Classic 412 Brown С6 ОБ; заказ № 245004837 оправы Classic 1201 Gold С8 ОБ, цена 450 рублей; заказ № 245004939 Оправы Classic 1201 Gold С8 ОБ; заказ № 245005061 оправы Classic 1201 Gold С8 ОБ. Цена 450 рублей; заказ № 245005208 оправы Classic 2723 ОБ, цена 450 рублей.

Также представлена информация о том, что международная консалтинговая группа «Interbrend» и журнал «Business Week» представили рейтинг самых дорогих глобальных брендов - «100 лучших мировых брендов 2014 года». Рейтинг Best Global Brands составляется ежегодно и является наиболее влиятельным списком глобальных брендов, в котором оцениваются рейтинги брендов, а также изменения из позиций по многим параметрам. В вышеуказанный рейтинг входят такие бренды, как «Tiffani» (США, 71 место), «Ralph Lauren» (США, 83 место).

ИП <> представлены фотографии очков, на которых стоит надпись Tiffani&Co и Ralph Lauren, что, по ее мнению, подтверждает наличие в продаже очков данных производителей, которые как, указано выше, являются лучшими европейскими

брендами по рейтингу международной консалтинговой группы «Interbrend», так как данные бренды входят в «100 лучших мировых брендов 2014 года».

Однако данная информация, а именно: по каким критериям вышеуказанные бренды являются лучшими, в рекламной информации отсутствовала.

В соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктом 9 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» при анализе информации, содержащейся в рекламе 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.

Сравнение в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускается если оно основано на несопоставимых или неполных критериях товаров, так как искажается представление о рекламируемом товаре, не позволяющее объективно оценить его свойства.

Из анализа имеющихся документов Комиссией установлено, что в спорной рекламе представлено некорректное сравнение реализуемой ИП <> в салоне «Айкрафт Оптика» продукции (оправ) «лучших европейских брендов» по сравнению с аналогичным товаром других производителей – конкурентов (ИП <>), что не соответствует действительности, так как не указаны критерии, раскрывающие содержание преимущества данного утверждения, что не допускается рекламным законодательством и является нарушением пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «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.

Под преимуществом следует понимать превосходство качества рекламируемого товара или оказываемой услуги по каким-либо характеристикам над качеством аналогичного товара или услуги иного/иных производителей. Как заявления о преимуществах, рассматриваются, в том числе формулировки «единственный», «лучший» и им подобные. В таких случаях необходимо фактическое и документальное обоснование использования этих слов, иначе реклама признается недостоверной.

Сообщая в рекламе, что у ИП <> имеются «Лучшие европейские бренды», данных хозяйствующий субъект привлекает внимание неопределенного круга потребителей, создавая у них впечатление о неких преимуществах товаров, реализуемых им, а также о своих преимуществах перед другими продавцами-

конкурентами (ИП <>), осуществляющими свою деятельность на данном рынке.

Согласно пункту 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» реклама должна отвечать критериям достоверности, которые имеют объективное подтверждение в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

С учетом вышеизложенного, информация, размещенная в газете «Про Город» № 5 (74) от 31.01.2015 г. следующего содержания «Поступление новой европейской коллекции оправ. Качественные фабричные изделия от 450 рублей. Акция! Вторые очки в подарок! ТЦ «<...>», ул.<...>, тел. 711-<...> (вход рядом с «Эльдорадо») Лучшие европейские бренды. Айкрафт Оптика. Имеются противопоказания, проконсультируйтесь со специалистом», является недостоверной, не соответствует требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку информация о преимуществах не подтверждена документально, в рекламе не указано, по какому критерию, реализуемые ИП <> товары (в рассматриваемом случае оправы) в салоне «Айкрафт Оптика» являются лучшими европейскими брендами.

Согласно ч. 6 ст. 38 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение п. 1 ч. 2 ст. 5, п. 1 ч. 3 ст. 5 и п. 4 ч. 3. ст. 5 Закона несет рекламодатель (изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо).

Рекламодателем информации, определившим содержание рекламы, размещенной в газете «Про Город» № 5 (74) от 31.01.2015 г. следующего содержания: «Поступление новой европейской коллекции оправ. Качественные фабричные изделия от 450 рублей. Акция! Вторые очки в подарок! ТЦ «<...>», ул. <...>, тел. 711-<...> (вход рядом с «<...>») Лучшие европейские бренды. Айкрафт Оптика. Имеются противопоказания, проконсультируйтесь со специалистом», является ИП <>, что подтверждается договором № 44 от 05.06.2014 г.

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения в материалах дела отсутствует документальное подтверждение устранения нарушения, Комиссия решила выдать предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении.

Руководствуясь ст. 3, ст. 5, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать информацию, размещенную в газете «Про Город» № 5 (74) от 31.01.2015 г. следующего содержания: «Поступление новой европейской коллекции оправ. Качественные фабричные изделия от 450 рублей. Акция! Вторые очки в подарок! ТЦ «<...>», ул. <...>, тел. 711-<...> (вход рядом с «<...>») Лучшие европейские бренды. Айкрафт Оптика. Имеются противопоказания, проконсультируйтесь со специалистом», ненадлежащей, так как она противоречит п. 1 ч. 2 ст. 5, п. 1 ч. 3 ст. 5 и п. 4 ч. 3. ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать в действиях ИП <>, выразившихся в определении содержания объекта рекламы, указанной в абзаце 1 части 1 настоящего решения, содержащей недостоверную информацию «*качественные фабричные изделия от 450 рублей*», «*лучшие европейские бренды*» некорректное сравнение рекламируемого товара с товаром других производителей и не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, факт нарушения п. 1 ч. 2 ст. 5, п. 1 ч. 3 ст. 5 и п. 4 ч. 3. ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

3. Выдать ИП <> предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

4. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении.

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

Председатель Комиссии

<>

Члены Комиссии

<>

