

25 августа 2016 года

г. Владивосток

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Приморскому краю (далее – Приморское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: – заместитель руководителя;

Члены Комиссии: – ведущий специалист-эксперт отдела контроля антимонопольного законодательства и рекламы, – специалист 1 разряда отдела контроля антимонопольного законодательства и рекламы,

рассмотрев 25.08.2016 дело № 14/07-2016, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя Ярмахова Андрея Игоревича (ИНН 253800210137, ОГРНИП 304253634500411) (далее – ИП Ярмахов А. И., Ответчик) по факту распространения рекламы с признаками нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

в присутствии:

от ИП Ярмахова А. И.: <.....>;

от ИП Ливанский Я. В. представитель не явился, уведомлен надлежащим образом, заявлено ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя.

УСТАНОВИЛА:

В Приморское УФАС России поступило обращение ИП Ливанского Я. В. о нарушении, ИП Ярмаховым А. И. (магазин «Не игрушки») законодательства Российской Федерации о рекламе.

В частности, сообщается, что рекламная информация магазина «Не игрушки», размещенная в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на <http://www.farpost.ru/vladivostok/hobby/modeling/magazin-dlja-modelistov-i-kollekcionerov-ne-igrushki-luchshie-ceny-34956510.html> является ненадлежащей и нарушает требования ФЗ «О рекламе».

Приморское УФАС России изучив указанную рекламу, установили следующее.

В рекламе содержится информация: о том, что «..Магазин «НЕ игрушки» является ЕДИНСТВЕННЫМ официальным представителем компании «ZIPmarket» в Владивостоке...», «... ЕДИНСТВЕННЫЙ во Владивостоке специализированный магазин...», «...У нас нет конкурентов! Самый большой ассортимент на ДВ!...», «...Лучшие цены...».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Из пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» следует, что объектом рекламирования является 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 ФЗ «О рекламе» товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Как следует из части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Реклама влияет на мотивацию потребителя при выборе товара и побуждает людей совершать определенные действия в отношении объекта рекламирования, при этом реклама воспринимается потребителем буквально.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Пунктом 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе» разъясняется, что информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя 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 (пункт 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе»).

Реклама магазин «Не игрушки» не сопровождается подтверждением. Таким образом, реклама магазин «Не игрушки» содержит нарушения пункт 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Ответственность за нарушение части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель, в рассматриваемом случае ИП Ярмаховым А. И. в интересах которого распространялась вышеуказанная реклама.

Комиссия отмечает, что «эксклюзивность» в представлении товаров компании «ZIPmarket» в Владивостоке ИП Ярмаховым А. И., материалами дела не подтверждена. Комиссией установлено, что продукция «ZIPmarket» реализуется и в других магазинах города, в том числе и в магазине Заявителя. Таким образом, Заявитель и Ответчик являются конкурентами.

ООО «Сибмакет» (компания «ZIPmarket») в своих письменных пояснениях указало, что ИП Ярмахов А. И. является представителем «ZIPmarket», однако данный факт не подтвержден. ООО «Сибмакет» не представил каких либо заключенных договоров и тот факт, что продукция «ZIPmarket» продается и в других магазинах не может свидетельствовать об эксклюзивности.

При рассмотрении дела Комиссией установлено, что текст рекламы размещенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на <http://www.farpost.ru/vladivostok/hobby/modeling/magazin-dlja-modelistov-i-kollekcionerov-ne-igrushki-luchshie-ceny-34956510.html> видеоизменен, находится в архиве, но текст по-прежнему содержит сведения нарушающие требования пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе», в соответствии с пунктом 3.58 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы (далее – ФАС России) по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (Приказ ФАС России от 23.11.2012 № 711/12), а также руководствуясь пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу магазина «Не игрушки» содержащую сравнительную характеристику объекта рекламирования без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение и нарушающую требования пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ИП Ярмахову А. И. предписание о прекращении нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Приморского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, ответственность за которые предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 07.09.2016. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии