

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 051/05/5-683/2019

по признакам нарушения

законодательства Российской Федерации

о рекламе

06 сентября 2019 года

г. Мурманск

Заместитель руководителя УФАС России Попова Ирина Николаевна, ознакомившись с материалами дела, свидетельствующими о признаках нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛ:

20.08.2019 года в адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области поступило обращение ООО «Экзотика Востока» по факту размещения 09.08.2019 в г. Мурманске, ул. Орликовой, д.23, в кабине лифта на специализированном стенде рекламной листовки: «ТРЦ Форум, пр. Кольский 134(2этаж). Крупнейшая индийская выставка продаж с 09августа по 8 сентября...» с признаками нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее – Закон о рекламе).

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе 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 или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе реклама, содержащая некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, признается недобросовестной.

В силу пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон 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.

В силу части 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводится в заблуждение потребитель рекламы.

По мнению заявителя, использование в рекламе слова «крупнейшая» индийская выставка продаж, в отсутствие критерия, по которому выставка считается «крупнейшей», является недостоверной и вводит потребителей в заблуждение относительно масштабов выставки.

Представленное заявителем экспертное заключение слогана «крупнейшая индийская выставка продаж», констатирует, что слово «крупнейшая» используется в положительной утвердительной форме превосходной степени, что, по мнению заявителя, создает неверное представление о выставке и несёт сравнительный характер объекта рекламирования без объективного подтверждения в самой рекламе, тем самым противоречит пункту 1 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе и ведет к нездоровой конкуренции.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

УФАС по Мурманской области в ходе рассмотрения обращения ООО «Экзотика востока» запросило у лица, заинтересованного в указанной рекламе ООО «Шанкаримпэкс», документы подтверждающие содержание рекламы, а именно указать конкретный критерий, по которому следует считать выставку индийских товаров, проводимую торговом центре «Форум» в г. Мурманске «крупнейшей».

Общество сообщило, что использует в рекламе слово в превосходной степени «крупнейшая», так как выставка занимает площадь 670 кв.м, что является крупным мероприятием, относительно обычно проводимых ООО «Шанкаримпэкс» выставок.

ООО «Шанкаримпэкс» письменно поясняет, что не пыталось принизить деятельность других лиц, тем более, что в г. Мурманске в период с 09.08.2019 по 08.09.2019 не проводятся выставки продаж индийских товаров иных организаторов ООО «Шанкаримпэкс» считает, что в его действиях отсутствуют признаки нарушения рекламного законодательства.

Согласно пункту 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 8 октября 2012 г. N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов в превосходной степени, 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.

Согласно пункту 9 Постановления Пленума ВАС РФ от 8 октября 2012 года N 58 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 являющиеся.

В связи с этим принято подобные утверждения сопровождать ссылкой на результат соответствующих исследований и источник данных.

Использование в спорной рекламе словосочетания "крупнейшая индийская выставка продаж" напрямую противоречит вышеприведенным нормам.

Использование в спорной рекламе слова в превосходной степени, создает ошибочный образ преимущества продвигаемой в рекламе выставки, и подталкивает к сравнению с выставками, проводимыми другими организаторами на территории Российской Федерации, т.к. в ней отсутствует информация на какой территории, за какой период, по количеству выставляемого товара или занимаемой выставочной площади, следует считать данную выставку «крупнейшей».

Заявление о преимуществах, в том числе, формулировка, содержащая превосходную степень "крупнейшая", должны иметь документальное и фактическое обоснование.

Недосказанность в рекламе создает для потребителя неясность, и принижает деятельность конкурирующих компаний, т.к. в рекламе отсутствует информация, разъясняющая слоган «крупнейшая выставка», из рекламы не следует, что таким образом Общество отметило занимаемую выставкой площадь.

В действия ООО «Шанкаримпэкс» усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 и пункта 1 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ.

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за названное нарушение несет рекламоделец.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламоделом является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Заказчиком рекламы, определившим объект рекламирования и заинтересованным в продвижении своих услуг является ООО «Шанкаримпэкс» (ИНН7204192110, ОГРН 1137232044377, от 18.07.2013, инд. 625026, г. Тюмень, ул. 50 лет ВЛКСМ, д.51, офис504).

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 051/05/5-683/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Признать участвующим в деле лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – общество с ограниченной ответственностью «Шанкаримпэкс» (ИНН7204192110, ОГРН 1137232044377, от 18.07.2013, инд. 625026, г. Тюмень, ул. 50 лет ВЛКСМ, д.51, офис504).
3. Назначить дело к рассмотрению **на 10 октября 2019 года в 11.00, по адресу: г. Мурманск, ул. Книповича, д.9а**, кабинет заместителя руководителя управления Поповой И.Н.
4. В порядке подготовки дела представить **к 01.10.2019** в антимонопольный орган:

-документы, подтверждающие слоган «крупнейшая выставка» (при наличии);

-заявку, договор со всеми приложениями и актами выполненных работ на распространение наружной баннерной рекламы(г. Мурманск, пр. Кольский);

-акты выполненных работ по распространению рекламных листовок по договору №149 с ООО «Лантерн»;

-иные имеющиеся документы, способствующие всестороннему рассмотрению дела;

-мотивированные письменные объяснения по признакам нарушения рекламного законодательства.

Запрашиваемые документы представить в копиях, заверив надлежащим образом.

Явка лица (законного представителя), в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе (с подлинной доверенностью на участие в рассмотрении данного дела), обязательна.

В случае невозможности явиться на рассмотрение дела, просим письменно уведомить Мурманское УФАС России до даты рассмотрения, с указанием причины, по почтовому либо электронному адресу и направить запрашиваемые документы и письменные объяснения по признакам нарушения рекламного законодательства.

