

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 074/05/5-239/2024

06 марта 2024 года г. Челябинск, пр. Ленина, 59

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

<...> – руководителя Челябинское УФАС России;

председателя Комиссии:

<...> – начальника отдела контроля торгов и органов власти Челябинского УФАС России;

членов Комиссии:

<...> – ведущего специалиста - эксперта отдела контроля торгов и органов власти Челябинского УФАС России,

рассмотрев дело № 074/05/5-239/2024 по факту распространения по телевидению в г. Челябинске рекламных роликов о распродаже белорусской обуви, с признаками нарушения пунктов 2, 3 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Федеральный закон «О рекламе»),

при участии в заседании:

от заявителя: не явился, извещен о месте и времени рассмотрения дела надлежащим образом,

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

УСТАНОВИЛА:

Челябинским УФАС России рассмотрено заявление физического лица (от 11.10.2023 вх. № 13506-ЭП/23) по факту распространения по телевидению в г. Челябинске рекламных роликов о распродаже белорусской обуви.

В дополнение в качестве доказательств заявителем представлены видеозаписи рекламных роликов, транслирующихся 14.10.2023 на телевидении в г. Челябинске (от 16.10.2023 вх. № 13680-ЭП/23).

В связи с наличием признаков нарушения пунктов 2, 3 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» Челябинским УФАС России возбуждено дело № 074/05/5-2859/2023 в отношении ИП О<...>

Согласно сведениям, представленным ООО «А<...>, заказчиком роликов являлся ИП К<...> на основании договора № АМУ-221026-02854ЛБ от 26.10.2022.

В процессе рассмотрения дела № 074/05/5-2859/2023 Комиссией принято решение о выделении из указанного дела в отдельное производство дело по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе № 074/05/5-239/2024.

ИП К<...> представлены письменные пояснения, согласно которым ООО «Управляющая компания холдинга «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко», являющееся правообладателем товарного знака «Марко» и производителем обуви «Марко» в Республике Беларусь, выдано разрешение официальному представителю в Российской Федерации ООО «Амальтея» в целях расширения рынка сбыта бренда «Марко» на использование ИП К<...> товарного знака. Между ООО «Амальтея» и ИП К<...> заключен договор на поставку обуви № 02/2023 от 25.01.2023, отгрузка производилась посредством универсального передаточного документа. ИП К<...> является участником оборота товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации в соответствии с Договором № МП_102189/22 от 23.09.2022, заключенным с ООО «Оператор ЦРПТ». Обувь бренда «Марко» имеет декларации соответствия и маркировки. В подтверждении указанного ИП К<...> представлены подтверждающие документы.

Рассмотрев заявление и материалы дела, Комиссия приходит к следующим выводам.

Согласно части 1 статьи 3 Федерального закона «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.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

-предназначаться для неопределенного круга лиц;

-привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

-способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке (т.е. возможность купить товар или воспользоваться услугой).

Согласно позиции ФАС России под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», 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.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Часть 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» устанавливает, что реклама должна быть добросовестной и достоверной, недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара (пункт 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»).

В соответствии с пунктом 3 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения, в том числе о возможности приобретения товаров в определенном месте или в течение определенного срока.

Согласно правовой позиции, изложенной в пункте 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 08.10.2012 № 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 потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Так, на телеканале «РЕН ТВ» в г. Челябинске транслировались следующие ролики:

- звуковое сопровождение ролика следующего содержания: «Теперь о главном в Челябинске с понедельника на Сталеваров 26 и в Теплотехническом институте открывается распродажа белорусской обуви на осень и зиму. Цены от 1500 рублей. С 16 по 22 октября. Открытие в понедельник. Ул Сталеваров 26 и Теплотехнический институт проспект Победы 168» и текстом содержания: «с 10:00 до 19:00 с 16 по 22 октября г. Челябинск ул Сталеваров 26 (Вход слева от Аптеки) Теплотехнический институт, пр. Победы 168. Акция действует с 16.10.2023 г. по 22.10.2023 г. Количество товаров ограничено. Подробности об организаторе акции, правилах ее проведения, количестве товаров, размере скидок, сроках, месте и порядке их получения уточняйте у продавцов...», транслируемый на телеканале «РЕН ТВ» (реклама № 1);

- звуковое сопровождение ролика следующего содержания: «...в Челябинске открывается распродажа белорусской обуви от 1500 рублей с 16 по 21 октября. С понедельника по субботу. Банкет холл «Версаль» улица Дзержинского 93 и Торговый Комплекс ул. Чичерина 25 Б» и текстом содержания: «с 10:00 до 19:00 с 16 по 21 октября г. Челябинск Банкет Холл «Версаль», ул. Дзержинского 93, Торговый Комплекс, ул. Чичерина 25 Б. Акция действует с 16.10.2023 г. по 21.10.2023 г. Количество товаров ограничено. Подробности об организаторе акции, правилах ее проведения, количестве товаров, размере скидок, сроках, месте и порядке их получения уточняйте у продавцов...», транслируемый на телеканале «РЕН ТВ» (реклама № 2).

Рассматриваемые ролики являются рекламой, поскольку распространяются посредством регионального телевидения, доступны неопределенному кругу лиц, способствуют формированию и поддержанию интереса к проводимому мероприятию, его товарам, а также продвижению на рынке, что свидетельствует об отнесении в совокупности данной информации к рекламе.

В рассматриваемых роликах содержится указание о том, что

производителем обуви является Республика Белоруссия, а также возможность приобретения обуви на сумму в размере 1500 рублей.

ИП К<...> представлены подтверждающие документы, в том числе Свидетельство на товарный знак № 270209, письмо ООО «Управляющая компания холдинга «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко» от 28.04.2023 № 52 на предоставление права ООО «Амальтея» дать разрешение ИП К<...> на использование товарного знака «Марко» в целях рекламы на телевидении на территории России, письмо ООО «Амальтея» от 28.04.2023 № б/н о даче разрешения использования товарного знака «Марко» ИП К<...> в целях рекламы, договор на поставку обуви № 02/2023 от 25.01.2023, заключенный между ООО «Амальтея» и ИП К<...>, универсальные передаточные документы, платежные поручения, декларация соответствия от 25.11.2019.

Таким образом, представленные документы и сведения подтверждают соответствие и достоверность содержания рассматриваемых реклам № 1, 2.

Факты распространения несоответствующих действительности сведений в рекламных роликах не установлены. Иных документов, подтверждающих несоответствие данных рекламных роликов требованиям Федерального закона «О рекламе», заявителем не представлено, антимонопольным органом не получено.

Учитывая вышеизложенные обстоятельства, Комиссия приходит к выводу об отсутствии в рассматриваемых реклам № 1, 2 признаков нарушения требований пунктов 2, 3 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с подпунктом «а» пункта 40 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922 (далее - Правила), рассмотрение дела подлежит прекращению антимонопольным органом в случае неподтверждения в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь подпунктом «а» пункта 40, пунктом 41 Правил, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № 074/05/5-239/2024 в отношении индивидуального предпринимателя К<...> прекратить в связи с неподтверждением в ходе

рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Принятое решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания, в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.