

О признании рекламы ненадлежащей

ИП <...>

<...>

РЕШЕНИЕ

по делу №052/05/5-111/2024

г. Нижний Новгород

Резолютивная часть решения объявлена 25 марта 2024 г.

Решение в полном объеме изготовлено 27 марта 2024 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Комиссия) в составе:

<...> - <...>,

<...>. - <...>,

<...> - <...>,

рассмотрев дело №052/05/5-111/2024, возбужденное в отношении Индивидуального предпринимателя <...> (<...>) по признакам нарушения пункта 1 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее — ФЗ «О рекламе») в отсутствие предпринимателя,

УСТАНОВИЛА:

В целях выявления ненадлежащей рекламы, сотрудниками Нижегородского УФАС России осуществлен осмотр Telegram-канала «Мой Нижний Новгород» (<https://t.me/moynizhny>).

Определением от 24.01.2024 возбуждено дело №052/05/5-111/2024 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 в отношении рекламодателя — Индивидуального предпринимателя <...> (<...>)

Определением от 13.02.2024 рассмотрение дела №052/05/5-111/2024 отложено на 05.03.2024 в 9:30.

Определением от 06.03.2024 рассмотрение дела №052/05/5-111/2024 отложено на 18.03.2024 в 9:30.

Определением от 18.03.2024 доквалифицированно, как содержащее признаки нарушения части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе», рассмотрение дело отложено на 25.03.2024 в 9:30.

Рассмотрение дела по существу состоялось 25 марта в 9:30 посредством проведения видео-конференц-связи.

Изучив материалы дела, представленные документы, заслушав ответчика, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к следующим выводам.

23.01.2024 в Telegram-канале «Мой Нижний Новгород» (<https://t.me/moynizhny>) размещена публикация (<https://t.me/moynizhny/17423>) следующего содержания: *«Вы знаете, что приобретая брендовые кроссовки, Вы переплачиваете 90% стоимости за бренд? FREEDOM стал лучшим магазином своего города по продаже копий кроссовок мировых брендов. И вот, почему: отличное соотношение цены-качества; каждая модель проверяется на качество вплоть до швов; эксклюзивные копии лимитированных коллекции в точности 1:1; регулярные распродажи последних размеров; доставка пару дней. Сейчас ребята выходят на онлайн-продажи, поэтому оставляю ссылку. Скорее заходи и обувайся по максимально выгодному прайсу. Реклама. ИП <...>».*

По данному факту составлен Акт наблюдения от 23.01.2024.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — ФЗ «О рекламе»), реклама представляет собой информацию, распространяемую любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц, направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему, а также его продвижению на рынке.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама, пункт 3 этой же статьи определил, что товар — продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования — интернет-магазину кроссовок «FREEDOM», товарами являются — копии брендовых кроссовок.

Таким образом, рассматриваемая информация отвечает всем признакам, установленным пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе», следовательно, является рекламой.

В рассматриваемой рекламе используется выражение: «... *FREEDOM* стал **лучшим** магазином своего города по продаже копий кроссовок мировых брендов. ...», однако объективное подтверждение с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, отсутствует.

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

В соответствии с пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «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.

Пленум Высшего Арбитражного суда РФ в пункте 29 Постановления от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее — Постановление) указал, 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. 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.

В связи с этим, Комиссия установила, что реклама противоречит требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «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 вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с Постановлением, рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара.

Однако, он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые законом к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

При этом, в соответствии с пунктом 29 Постановления 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.

Вводящая в заблуждение реклама способна причинить вред как потребителю

рекламной информации, так и конкуренту рекламодавца. Так, введение потребителей в заблуждение посредством распространения рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации о товаре, условиях его приобретения или использования, способно привести к неправильному выбору потребителем товара с необходимым ему набором потребительских свойств и в то же время привести к сокращению продаж однородных товаров конкурентами.

При оценке рекламы на предмет введения в заблуждение учитывается субъективное восприятие сообщенных ею сведений. Определяющим в этом случае является не то, что имел в виду рекламодавец, и не то, насколько сообщенные сведения соответствуют истине, а лишь их восприятие потребителями.

Информация о конкретных критериях, по которому осуществляется сравнение услуг, оказываемых магазином «FREEDOM» в сравнении с иными продавцами — конкурентами и их товарами, является для потребителей рекламы существенной. Отсутствие этой информации может ввести в заблуждение потребителей рекламы.

В связи с этим, Комиссия установила, что реклама противоречит требованиям части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение статьи 5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодавец.

В рассматриваемой публикации содержится следующее указание: «Реклама. ИП <...>».

Следовательно, рекламодателем является ИП <...>.

25.03.2024, специалистом Нижегородского УФАС России повторно осуществлен осмотр Telegram-канала «Мой Нижний Новгород», в ходе которого установлено, что рассматриваемое рекламное сообщение снято с распространения.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» ненадлежащей рекламой признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к выводу о том, что реклама ИП <...> «Вы знаете, что приобретая брендовые кроссовки, Вы переплачиваете 90% стоимости за бренд? FREEDOM стал лучшим магазином своего города по продаже копий кроссовок мировых брендов. И вот, почему: отличное соотношение цены-качества; каждая модель проверяется на качество вплоть до швов; эксклюзивные копии лимитированных коллекции в точности 1:1; регулярные распродажи последних размеров; доставка пару дней. Сейчас ребята выходят на онлайн-продажи, поэтому оставляю ссылку. Скорее заходи и обувайся по максимально выгодному прайсу. Реклама. ИП <...>, распространенная 23 января 2024 года в Telegram-канале «Мой Нижний Новгород», является ненадлежащей, противоречащей требованиям пункта 1 части 3, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В связи с тем, что рассматриваемое нарушение добровольно устранено, Комиссия Управления считает, что в рассматриваемом случае отсутствует необходимость в выдаче предписания, направленного на устранение выявленных

нарушений.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 43-49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 №1922, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ИП <...> *«Вы знаете, что приобретая брендовые кроссовки, Вы переплачиваете 90% стоимости за бренд? FREEDOM стал лучшим магазином своего города по продаже копий кроссовок мировых брендов. И вот, почему: отличное соотношение цены-качества; каждая модель проверяется на качество вплоть до швов; эксклюзивные копии лимитированных коллекции в точности 1:1; регулярные распродажи последних размеров; доставка пару дней. Сейчас ребята выходят на онлайн-продажи, поэтому оставляю ссылку. Скорее заходи и обувайся по максимально выгодному прайсу. Реклама. ИП <...>»*, распространенную с 23 января 2024 года, поскольку она противоречит требованиям пункта 1 части 3, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе»;
2. Передать материалы уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

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

<...>