

Решение 048/05/5-1377/2022

ИП <...>

РЕШЕНИЕ

24 января 2023 года г. Липецк

Резолютивная часть решения объявлена 19 января 2023 года

Решение в полном объеме изготовлено 24 января 2023 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель комиссии:

<...> заместитель руководителя управления - начальник отдела защиты конкуренции,

Члены комиссии:

<...> ведущий специалист-эксперт отдела защиты конкуренции,

<...> государственный инспектор отдела защиты конкуренции,

при рассмотрении дела № 048/05/5-1377/2022, возбужденного по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем <...> (ИНН: 236405017720; ОГРН: 322237500394550; дата регистрации ИП — 07.11.2022; адрес: <...>; эл.почта: <...>) пунктов 2, 3 части 3, пункта 2 части 5 статьи 5, статьи 9, части 3.2 статьи 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствие лица, в чьих действиях содержатся признаки нарушения, –

ИП <...>, надлежащим образом уведомленного о дате, времени и месте рассмотрения дела.

УСТАНОВИЛА:

Специалистами Управления ФАС России по Липецкой области 20.12.2022 в 13 часов 32 минуты установлен факт распространения звуковой рекламы, транслируемой из звукового устройства, закрепленного на стволе дерева по адресу: г. Липецк, ул. Валентины Терешковой, д. 20 (рядом с остановкой общественного транспорта «Улица Терешковой»), следующего содержания:

«Добрый, добрый день, дорогие дамы и господа! Всем здравствуйте, всех с наступающим Новым годом! А я продолжаю информировать о том, что в торговом центре «Ривьера» закрылся и обанкротился магазин верхней одежды «Тайга». <неразборчиво> директоров судебные приставы изъяли товар и перевезли его вон туда, где вход украшен разноцветными воздушными шарами. Для вас представлена верхняя одежда премиум и люкс класса. Португальские, немецкие, турецкие кожаные куртки и пальто, плащи, шубы, дублёнки. А также действуют дополнительные скидки пенсионерам и студентам. Вон там, дамы и господа, где вход украшен разноцветными воздушными шарами, проходит глобальная ликвидация верхней одежды магазина «Тайга». Коллекция 2022 года. Размерный ряд от 40 до 72 размера. Скидки от 50 до 75%. По пенсионному и социальным картам действуют дополнительные скидки. Советую поторопиться, потому что работаем крайний, заключительный день, дорогие дамы и господа».

Данная реклама содержит признаки нарушения Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Статья 1 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» в числе целей данного Федерального закона устанавливает, в том числе, реализацию права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Согласно п. 1 ст. 3 Закона 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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

П. 2 ст. 3 Закона о рекламе говорит, что 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.

В соответствии с п. 3 ст. 3 Закона о рекламе товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, распространяемая при помощи звукового устройства, указанного содержания, в силу ст. 3 Закона о рекламе является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц, распространяется среди неопределенного круга лиц и направлена на привлечение внимания, формирование интереса потребителей такой информации к реализуемым товарам, а также продвижение этих товаров на рынке.

В силу части 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Недостоверной, в том числе, является 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; а также об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока.

Характеристики товаров «премиум и люкс класса» являются оценочными категориями, не подтвержденными конкретными фактами, заключениями экспертов или иными доказательствами, а, следовательно, указанное выражение используется для привлечения внимания потребителей с целью введения их в заблуждение. Также потребители могут вводиться в заблуждение фразой «Советую поторопиться, потому что работаем крайний, заключительный день, дорогие дамы и господа», поскольку такое указание временного периода направлено на создание ажиотажного спроса у потребителя рекламы и намерения обратиться за покупкой в ближайший срок.

В соответствии с пунктом 2 части 5 статьи 5 Закона о рекламе, в рекламе

не допускается указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами. Фраза «судебные приставы изъяли товар и перевезли его вон туда, где вход украшен разноцветными воздушными шарами» направлена на создание у потребителя впечатления участия органа государственной власти - Федеральной службы судебных приставов, либо его должностных лиц, в коммерческой деятельности хозяйствующего субъекта, а равно создание ложного убеждения у потребителя об одобрении ФССП России или его должностными лицами товаров, реализуемых конкретным хозяйствующим субъектом.

Согласно статье 9 Закона о рекламе, в рекламе, сообщающей о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

- 1) сроки проведения такого мероприятия;
- 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Акция — предоставление скидки на товары в течение определенного периода времени — является стимулирующим мероприятием. В случае распространения рекламы об объявлении акции (предоставление скидки на товар) следует указывать всю существенную информацию (сроки проведения акции, условия приобретения или использования товара и т.д.), с целью формирования у потребителя правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте. Вместе с тем в указанной звуковой рекламе отсутствует информация о правилах и существенных условиях проведения акции (сроках, лицах, которые могут принимать участие, порядке получения скидки и иные), а также об организаторе мероприятия, равно и об источнике получения такой информации.

Согласно части 3.2 статьи 19 Закона о рекламе, распространение звуковой рекламы с использованием звукотехнического оборудования, монтируемого и располагаемого на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений, не допускается. При этом, согласно позиции ФАС России, изложенной в Письме Федеральной антимонопольной службы от 2 ноября 2021 г. № КТ/93622/21 "О распространении звуковой рекламы с использованием звукотехнического оборудования", часть 3.2 статьи 19 Федерального

закон "О рекламе" запрещает распространение звуковой рекламы на любых конструкциях, в том числе не являющихся рекламными конструкциями, которые монтируются и располагаются на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений. Кроме того, по мнению ФАС России, к иным техническим средствам стабильного территориального размещения, указанным в части 1 статьи 19 Закона о рекламе, следует относить любые конструкции, предназначенные для распространения рекламы, которые размещены стационарно, прочно связаны с землей, зданиями, строениями и сооружениями (т.е. с объектами недвижимого имущества) и не предназначены для перемещения. Таким образом, например, колонка, воспроизводящая рекламу, которая закреплена на столбе, прочно связанным с землей, подпадает под запрет части 3.2 статьи 19 Федерального закона "О рекламе".

Из изложенного следует, что дерево, используемое в качестве конструкции для размещения звукового оборудования, транслирующего рекламу, обладает всеми существенными признаками такой конструкции - размещено стационарно, прочно связано с землей и не предназначено для перемещения, а следовательно подпадает под действие положения части 3.2 статьи 19 Закона о рекламе.

Из имеющихся материалов установлено, что звуковое оборудование прикреплено к дереву клейкой лентой (скотчем) на высоте с использованием специального оборудования, и, следовательно, используется в качестве незаконной рекламной конструкции.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частями 2 — 8, 10.4 и 12 статьи 5, [статьями 6 - 9](#) Закона о рекламе, несет рекламодатель, которым, в силу пункта 5 статьи 3 настоящего Закона, является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частями 2 — 4 и 9 статьи 19, несет рекламораспространитель, которым, в силу пункта 7 статьи 3 настоящего Закона, является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из имеющихся материалов установлено, что рекламодателем и рекламораспространителем указанной звуковой рекламы является индивидуальный предприниматель <...> (ИНН: 236405017720; ОГРН: 322237500394550; дата регистрации ИП — 07.11.2022; адрес: <...>; эл.почта:

<...>). В ответе на определение о возбуждении дела № 048/05/5-1377/2022 ИП <...> подтвердил данный факт.

Определением от 20.12.2022 в отношении ИП <...> (ИНН: 236405017720; ОГРН: 322237500394550; дата регистрации ИП — 07.11.2022; адрес: <...>; эл.почта: <...>) возбуждено дело № 048/05/5-1377/2022 по признакам нарушения законодательства о рекламе. Рассмотрение дела назначено на 19.01.2023 на 14 часов 20 минут.

На рассмотрение дела 19.01.2023 ИП <...> или его законный представитель не явился, запрашиваемых материалов не представил, ходатайства о рассмотрении дела в их отсутствие не поступало.

ИП Елисеенко Н.В. надлежащим образом уведомлен о дате, времени и месте рассмотрения дела № 048/05/5-1377/2022, что подтверждается отчетом об отправке почтового отправления № <...> и ответом ИП <...> на определение.

Руководствуясь п. 31 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия рассмотрела дело № 048/05/5-1377/2022 в отсутствие лиц, участвующих в деле.

Таким образом, звуковая реклама, транслируемая из звукового устройства, закрепленного на стволе дерева по адресу: г. Липецк, ул. Валентины Терешковой, д. 20 (рядом с остановкой общественного транспорта «Улица Терешковой»), противоречит требованиям пунктов 2, 3 части 3, пункта 2 части 5 статьи 5, статьи 9, части 3.2 статьи 19 Закона о рекламе, и в силу пункта 4 статьи 3 названного Закона, является ненадлежащей рекламой. На момент вынесения решения ненадлежащая реклама не распространяется, в связи с чем отсутствует необходимость в выдаче предписания о прекращении нарушения законодательства.

Проанализировав имеющиеся в деле доказательства, в результате совещания, руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу верхней одежды, распространяемую при помощи

звукового устройства, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта пунктов 2, 3 части 3, пункта 2 части 5 статьи 5, статьи 9, части 3.2 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», рекламодателем которой является ИП <...> (ИНН: 236405017720; ОГРН: 322237500394550; дата регистрации ИП — 07.11.2022; адрес: <...>; эл.почта: <...>).

2. Не выдавать ИП <...> предписание об устранении нарушения Закона о рекламе.

3. Передать материалы дела для решения вопроса о возбуждения дела об административном правонарушении в отношении лиц, допустивших нарушение рекламного законодательства Российской Федерации.

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии:

<...>

<...>

Исп.<...>

тел.8(4742) <...>

2023-447