



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ  
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**РЕШЕНИЕ**  
по делу № 108

Резолютивная часть решения оглашена 10 марта 2016 года  
В полном объеме решение изготовлено 21 марта 2016 года

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушении рекламного законодательства в составе:

<...> – заместителя руководителя управления, председателя комиссии,  
<...> – начальника отдела контроля за соблюдением законодательства о рекламе и недобросовестной конкуренцией, члена комиссии,  
<...> – специалиста-эксперта отдела контроля за соблюдением законодательства о рекламе и недобросовестной конкуренцией, члена комиссии,  
в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП 1), заинтересованного лица – индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП 2),

рассмотрев в рамках «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» (далее – «Правил»), утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, дело № 108, возбужденное по признакам нарушения рекламного законодательства,

**УСТАНОВИЛА:**

Дело № 108 было возбуждено Определением от 04.08.2015 в отношении ИП 1 на основании заявления физического лица о распространении рекламы с признаками нарушения законодательства о рекламе.

Дело № 108 было назначено к рассмотрению на 08.09.2015 в 10:00.

В связи с тем, что 08.09.2015 ИП 1 на рассмотрение дела не явился, запрашиваемые документы, сведения не представил, в Управлении отсутствовали документы, подтверждающие надлежащее извещение лица о времени и месте рассмотрения дела, а также в связи с необходимостью привлечения к участию в качестве заинтересованного лица ИП 2., Определением от 08.09.2015 рассмотрение дела было отложено на 15.10.2015. Определением от 15.10.2015 рассмотрение дела вновь было отложено на 10.03.2016 в связи с неявкой лиц на рассмотрение дела, а также необходимостью получения дополнительных документов и сведений.

При рассмотрении дела установлено:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило заявление физического лица (вх. № 01-11288 от 04.06.2015) с жалобой на распространение посредством сайта [www.vsalde.ru](http://www.vsalde.ru) рекламы межкомнатных дверей *«Двери. Самый большой выбор от эконом до премиум класса: межкомнатные, сейф, арки, фурнитура. «Гарант +»* с признаками нарушения требований, предусмотренных п. 1 ч. 2 и п. 3 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе». Указанная реклама, по мнению заявителя, содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами.

На запрос Управления ИП 1 пояснил следующее:

Между ИП 1 и ИП 2 заключен договор <...> на размещение с 03.06.2015 на сайте [www.vsalde.ru](http://www.vsalde.ru) рекламных материалов ИП 1.

Содержание рекламы определил ИП 1 единолично.

Также ИП 1 указал, что в рекламе (на копии, приложенной к запросу от Управления) отсутствует слово «Пожалуй» ввиду низкого качества печати.

Таким образом, фраза, используемая в рекламе, должна была выглядеть, по сведениям ИП 1, следующим образом: *«Пожалуй, самый большой выбор от эконом до премиум класса»*. По мнению ИП 1, в таком случае реклама не содержит некорректные сравнения, так как речь идет о предположении самого большого выбора дверей в магазине «Гарант+».

В связи с вышеизложенным, сотрудниками Управления была совершена проверка сайта [www.vsalde.ru](http://www.vsalde.ru) и составлен акт от 04.08.2015 с приложением скриншотов, отражающих содержание рекламы (на главной странице данного сайта размещена реклама магазина «Гарант+» в виде баннера с текстовым наполнением: *«Двери. Самый большой выбор от эконом до премиум класса: межкомнатные, сейф, арки, фурнитура. «Гарант +» в Верхней и Нижней Салде. Кликни по баннеру»*), на которых также отсутствует слово «Пожалуй».

В рамках рассмотрения дела ИП 1 (вх. № 01-18867 от 31.08.2015) пояснил следующее:

На сайте [www.vsalde.ru](http://www.vsalde.ru) отсутствует изображение с рекламой магазина межкомнатных дверей «Гарант+». В коде сайта существует лишь гиперссылка на сайт <http://garant-salda.ru/doors/> и текстом «Двери Гарант плюс», а также ссылка на изображение, размещенное на сайте [garant-salda.ru](http://garant-salda.ru): <http://garant-salda.ru/images/stories/garant-201506.gif>.

При просмотре сайта [vsalde.ru](http://vsalde.ru) с показом материалов только сайта [vsalde.ru](http://vsalde.ru) пользователь не увидит изображение с рекламой магазина межкомнатных дверей «Гарант+», как и не увидит прогноза погоды с сайта [pogoda.yandex.ru](http://pogoda.yandex.ru) и стоп-кадры видео с сайтов [vimeo.com](http://vimeo.com) и [youtube.com](http://youtube.com), потому что этих графических материалов нет на сайте [vsalde.ru](http://vsalde.ru). Только при включении показа материалов со всех сайтов сети Интернет, при заходе на сайт [vsalde.ru](http://vsalde.ru), в окно браузера компьютера пользователя подгрузятся изображения со сторонних сайтов, в том числе и рекламное изображение, распространяемое сайтом [garant-salda.ru](http://garant-salda.ru). Поэтому, по мнению ИП 1, Свердловскому УФАС следует рассматривать сайт [garant-salda.ru](http://garant-salda.ru), как сайт, непосредственно разместивший рекламу, а не какой-либо иной сайт, который ставит ссылку на изображение с сайта [garant-salda.ru](http://garant-salda.ru).

Кроме того ИП 1 к ответу были приложены скриншоты рекламы, которые, по мнению ИП 1, подтверждают наличие в рекламе слова «Пожалуй».

ИП 2 в письменных пояснениях также указал, что сайт vsalde.ru не распространяет рассматриваемую рекламу, рекламодателем является сайт garant-salda.ru, поскольку рассматриваемое изображение отсутствует на сервере сайта vsalde.ru, в коде страницы существует лишь ссылка на другой сайт, изображение с которого при заходе на сайт vsalde.ru с компьютера пользователя загружается с сайта garant-salda.ru в определенную область экрана.

Соответственно, ИП 2 не может контролировать или определять содержание указанного изображения, следовательно, рекламодателем не является.

Рассмотрев представленные материалы, Комиссия Свердловского УФАС России приходит к следующим выводам:

Целями Федерального закона «О рекламе» являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

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 (п. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

Рассматриваемая информация является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – магазину «Гарант+», формирование или поддержание интереса к нему и продвижение на рынке предлагаемого им товара.

Резолютивная часть решения антимонопольного органа должна содержать: выводы о признании рекламы ненадлежащей, а также указание на положения законодательства Российской Федерации о рекламе, нарушение которых было установлено в результате рассмотрения дела (п.п. «а», п.п. «б» п. 42 Правил).

Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (ч. 1 ст. 5 ФЗ «О рекламе»).

Согласно п. 1 ч. 2 ст. 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 соответствии с Постановлением Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 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 «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием 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 (п. 1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе»).

Согласно «Толковому словарю русского языка» под ред. С. И. Ожегова, Н. Ю. Шведовой, «самый» при прилагательном образует его превосходную степень, а при существительном указывает на крайнюю степень количества или качества.

Рассматриваемая реклама содержит сравнительную характеристику «самый большой выбор дверей».

При этом использованное в рекламе словосочетание «самый большой выбор» не сопровождается критерием, по которому осуществляется сравнение.

ИП 1 не представлены документы, подтверждающие достоверность использованного в рекламе словосочетания, не представлены критерии, на основании которых производилось сравнение.

Поскольку в рекламе не указано, по каким критериям произведено сравнение с иными предприятиями, реализующими аналогичные товары, постольку вывод, который может быть сделан потребителем, исходя из имеющейся в рекламе информации, следующий: магазин «Гарант+» предоставляет самый большой выбор дверей от эконом до премиум класса по всем характеристикам, которые могут быть применены к такому виду товара .

Таким образом, утверждение «самый большой выбор дверей», является утверждением о преимуществе (превосходстве) рекламируемого товара перед находящимися в обороте продукцией других изготовителей и продавцов на всех рынках, соответствующих деятельности в сфере бизнеса, что не соответствует действительности и является нарушением п. 1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Распространенная реклама также содержит нарушение п. 3 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе», согласно которому недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока, поскольку, как уже было указано ранее, ИП 1 не были представлены какие-либо доказательства того, что магазин «Гарант+» предоставляет самый большой выбор дверей.

Что касается лица, разместившего рекламу.

В данном случае ИП 2 и ИП 1 являются сорекламораспространителями.

Первоисточником, распространившим рекламу, является ИП 1, поскольку изначально реклама была размещена на сайте [garant-salda.ru](http://garant-salda.ru).

ИП 2 также является рекламораспространителем, поскольку гиперссылка на сайт [garant-salda.ru](http://garant-salda.ru) была размещена на сайте [vsalde.ru](http://vsalde.ru) в виде графического изображения (в виде рассматриваемой рекламы), при нажатии на которое браузер загружает web-страницу, адрес которой указан в атрибутах данной ссылки. То есть при посещении сайта [vsalde.ru](http://vsalde.ru) пользователю для обозрения было доступно именно изображение рекламы.

Поскольку рекламораспространителем ФЗ «О рекламе» признает лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п. 7 ст. 3 ФЗ «О рекламе»), постольку, с учетом вышеуказанного, размещение информации ИП 2 на сайте [vsalde.ru](http://vsalde.ru) (размещение гиперссылки в виде графического изображения идентичного рассматриваемой

рекламе), следует считать распространением рекламы, а лицо, отвечающее за администрирование сайта – рекламодателем.

Что касается доводов ИП 1 относительно слова «Пожалуй», которое, по мнению последнего, присутствует в рекламе, Свердловское УФАС России сообщает следующее:

Согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей.

При распечатке скриншотов, представленных ИП 1 (приложение к письму вх. № 01-18867 от 31.08.2015), слово «Пожалуй» в представленной рекламе отсутствует. При просмотре скриншотов с компьютера (моноблок acer veriton 22610g, размер дисплея 20 дюймов при разрешении матрицы 1600x900 пикселей) слово «Пожалуй» практически нечитаемо, различить его возможно только при просмотре изображения под определенным углом, более того, при отсутствии у лица сведений относительно места непосредственного расположения слова «Пожалуй» в тексте рекламы, его можно и вовсе не увидеть.

Кроме того, слово «Пожалуй» исполнено в полупрозрачной белой цветовой гамме, размер шрифта основного текста рекламы едва ли не в 2 раза превышает размер шрифта слова «Пожалуй».

При этом стоит отметить, что реклама всегда должна рассматриваться и оцениваться антимонопольным органом с точки зрения обычного потребителя, который при ее обозрении не должен прилагать каких-либо особых усилий для того, чтобы различить истинный текст рекламы.

Таким образом, вышеуказанная реклама содержит нарушения требований п. 1 ч. 2 ст. 5, п. 3 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Резолютивная часть решения антимонопольного органа должна содержать сведения о выдаче предписания (предписаний) с указанием лица (лиц), которому оно выдается (п.п. «г» п. 42).

Согласно сведениям ИП 1, реклама в вышеуказанном виде на данный момент не распространяется, материалы, подтверждающие продолжение распространения ненадлежащей рекламы в Управлении отсутствуют, следовательно, необходимость в выдаче предписания о прекращении распространения ненадлежащей рекламы, отсутствует.

Резолютивная часть решения также должна содержать указание на необходимость применения мер ответственности в соответствии с

законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях (п.п. «в» п. 42).

Ответственность за нарушение требований, предусмотренных ч. 2 и ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе» несет, рекламодаделец (ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе»).

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, согласно п. 5 ст. 3 ФЗ «О рекламе».

Рекламодателем данной рекламы является ИП 1.

Согласно п. 1 ч. 1 ст. 28.1 КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

При наличии предусмотренного п. 1 ч. ст. 28.1 КоАП РФ повода к возбуждению дела об административном правонарушении в случае, если достаточные данные, указывающие на наличие события административного правонарушения, обнаружены должностным лицом, уполномоченным составлять протоколы об административных правонарушениях, в ходе проведения проверки при осуществлении государственного контроля (надзора) или муниципального контроля, дело об административном правонарушении может быть возбуждено после оформления акта о проведении такой проверки.

Согласно п. 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (утвержденных Постановлением Правительства РФ № 508 от 17.08.2006) дата изготовления решения в полном объеме считается датой принятия решения.

Лица, участвующие в производстве по делу об административном правонарушении, а также свидетели, эксперты, специалисты и переводчики извещаются или вызываются в суд, орган или к должностному лицу, в производстве которых находится дело, заказным письмом с уведомлением о вручении, повесткой с уведомлением о вручении, телефонограммой или телеграммой, по факсимильной связи либо с использованием иных средств связи и доставки, обеспечивающих фиксирование извещения или вызова и его вручение адресату (ч.1 ст. 25.15 КоАП РФ).

Извещения, адресованные гражданам, в том числе индивидуальным предпринимателям, направляются по месту их жительства. При этом место жительства индивидуального предпринимателя определяется на основании выписки из единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей (ч.2 ст. 25.15 КоАП РФ).

На основании изложенного, руководствуясь ст. ст. 33 – 36 ФЗ «О рекламе», в соответствии с п. 37 – 43 «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по нарушениям законодательства Российской Федерации о рекламе», утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006г. № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу магазина дверей «Гарант +», распространенную на сайтах garant-salda.ru, vsalde.ru, ненадлежащей, несоответствующей требованиям п. 1 ч. 2 ст. 5, п. 3 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе», поскольку реклама содержит некорректное сравнение рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте товара.

2. Предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы не выдавать.

3. ИП 1 надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 318) **13 апреля 2016 года в 14 час. 00 мин.** для составления протокола об административном правонарушении по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность.

Решение антимонопольного органа может быть оспорено в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания.

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>

