

ИП Юшков В.Н.

Заявитель: вх. № 3572 от 17.03.2022

РЕШЕНИЕ

по делу № 002/05/5-731/2022

12.07.2022 года

г. Уфа, ул. Пушкина, 95

Решение в полном объеме изготовлено «15» июля 2022 года

Комиссия Башкортостанского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

<...>;

Члены Комиссии:

<...>;

<...>;

рассмотрев дело № 002/05/5-731/2022, возбужденное по обращению физического лица в отношении ИП Юшкова Владислава Николаевича (ОГРНИП: 321183200045837, ИНН: 182708400405), по факту распространения рекламы с признаками нарушения пункта 1, 20 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе», Закон о рекламе),

в присутствии:

- <...> (доверенность от 05.05.2022) – представителя ИП Юшкова В.Н. путем использования систем видео-конференц-связи;

УСТАНОВИЛА:

17.03.2022 года в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Башкортостан (далее - УФАС по РБ, антимонопольная служба) поступило заявление гражданина, указывающее на признаки нарушения ФЗ «О рекламе» (вх. № 3572 электронная почта).

Из поступившего заявления следовало, что в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте youtube.com - https://www.youtube.com/watch?v=gPGIq_VbE8g 17.02.2022 года пользователем «NEXТ-TV (Нефтекамск)» размещено видео продолжительностью 02:40 о финской ярмарке в городе Нефтекамск. В этом видео в частности сообщается, что в связи с

закрытием сети магазинов «Лапландия» и уходом его с Российского рынка на товары представлена скидка до 70 процентов.

По мнению Заявителя, информация о закрытии сети магазинов «Лапландия» является недостоверной. В подтверждение данной позиции Заявителем указан сайт компании <https://www.laplandia.de/>, в котором сведения о закрытии и уходе с Российского рынка отсутствуют.

В рамках рассмотрения поступившего заявления, антимонопольной службой установлено, что аналогичное видео 17.02.2022 года в 16:23 размещено в пользователем NEXТ-TV в сообществе «NEXТ-TV Первый городской телеканал!» в социальной сети «В Контакте» (https://vk.com/next_tv?w=wall-25097844_57350).

Также произведен осмотр информации на сайте <https://www.laplandia.de/>.

Размещение информации на сайте youtube.com, в социальной сети «В контакте», а также сайте компании <https://www.laplandia.de/> (хозяйствующий субъект - ИП Шлеенкова А.С. ОГРНИП: 315665800004460, ИНН: 667010551340) зафиксировано сотрудниками Башкортостанского УФАС России (осмотр от 18.03.2022 года с приложением видео и фотоматериалов).

ООО «Поколение NEXТ» (городской телеканал «NEXТ TV» Нефтекамск) на запрос антимонопольного органа представлена информация (вх. № 4669 от 01.04.2022 электронная почта) из которой следует, что рекламный ролик был размещен в рамках договора № 3 на распространение рекламных материалов от 17.02.2022 года заключенного с ИП Юшковым Владиславом Николаевичем (ОГРНИП: 321183200045837, ИНН: 182708400405). Также представлено платежное поручение № 51 от 17.02.2022 и акт № 686 от 28.02.2022 года за размещение информационного материала на телеканале Next-TV в программе Ежедневник 17.02.2022 года.

По ходатайству Башкортостанского УФАС России, на основании пункта 7 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2021 № 1922, ФАС России письмом от 13.04.2022 № 08/35460/22 (вх. № 5483 от 13.04.2022) наделила УФАС по РБ полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела в отношении индивидуального предпринимателя Юшкова В.Н. по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

15.04.2022 года Башкортостанским УФАС России, в порядке части 2 статьи 36 Закона о рекламе возбуждено дело № 002/05/5-731/2022 по признакам нарушения требований ФЗ «О рекламе». К участию в деле привлечены:

- **Заявитель:**

- вх. № 3572 от 17.03.2022.

- **Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:**

- ИП Юшков Владислав Николаевич (ОГРНИП: 321183200045837, ИНН: 182708400405).

Рассмотрение дела назначено на 13.05.2022 года.

ИП Юшковым В.Н. представлены сведения (документы и материалы) по делу

(вх. № 6645 от 06.05.2022 электронная почта). Также заявлено ходатайство о рассмотрении дела путем использования систем видео-конференц-связи.

13.05.2022 года по техническим причинам не удалось организовать заседание Комиссии с использованием систем видео-конференц-связи.

Комиссия Башкортостанского УФАС России определила:

1. продлить срок рассмотрения дела № 002/05/5-731/2022.
2. отложить рассмотрение дела на другую дату - 27.05.2022 года.

27.05.2022 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/5-731/2022 по признакам нарушения законодательства о рекламе путем систем видео-конференц-связи присутствовал:

- <...> (доверенность от 05.05.2022) представитель ИП Юшкова В.Н.

Представителем озвучена позиция по делу.

Комиссия Башкортостанского УФАС России определила:

1. отложить рассмотрение дела на другую дату - 08.06.2022 года.

08.06.2022 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/5-731/2022 по признакам нарушения законодательства о рекламе путем систем видео-конференц-связи присутствовал:

- <...> (доверенность от 05.05.2022) представитель ИП Юшкова В.Н.

ИП Юшковым В.Н. представлены запрошенные сведения (вх. № 8371 от 08.06.2022 электронная почта).

Комиссия Башкортостанского УФАС России определила:

1. дополнительно вменить признаки нарушения части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. отложить рассмотрение дела на другую дату - 29.06.2022 года.

29.06.2022 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/5-731/2022 по признакам нарушения законодательства о рекламе путем систем видео-конференц-связи присутствовали:

- <...> и <...> (доверенность от 05.05.2022) представители ИП Юшкова В.Н.

Представителями озвучена позиция по делу.

Дополнительные сведения (документы и материалы), запрошенные определением от 08.06.2022 года, ИП Юшковым В.Н. не представлены.

Комиссия Башкортостанского УФАС России определила:

1. отложить рассмотрение дела на другую дату - 12.07.2022 года.

12.07.2022 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/5-731/2022 по признакам нарушения законодательства о рекламе путем систем видео-конференц-связи присутствовал:

- <...> (доверенность от 05.05.2022) представитель ИП Юшкова В.Н.

Представителем озвучена позиция по делу.

Дополнительные сведения (документы и материалы), запрошенные определением от 29.06.2022 года, ИП Юшковым В.Н. не представлены.

Исследовав материалы дела, заслушав пояснения сторон, Комиссия приходит к выводу, что реклама о финской ярмарке в городе Нефтекамск, размещенная 17.02.2022 года в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте youtube.com - https://www.youtube.com/watch?v=gPGIq_VbE8g и в социальной сети

«В Контакте» - https://vk.com/next_tv?w=wall-25097844_57350, нарушает пункт 1, 20 части 3 и части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе». При этом Комиссия исходит из следующего.

В соответствии с пунктами 1, 2, 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

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.

По смыслу законодательного определения рекламой считается та информация, которая, во-первых, была распространена, во-вторых, адресована неопределенному кругу лиц, в-третьих, направляет внимание и интерес на объект рекламирования, в-четвертых, имеет цель продвинуть объект рекламы на рынок. Иными словами, реклама призвана выделить рекламируемый объект из ряда других объектов и привлечь к нему внимание, а также побуждать лиц из числа неопределенного круга, среди которых распространялась реклама, обратиться за приобретением товара.

Информация, распространенная по адресам https://www.youtube.com/watch?v=gPGIq_VbE8g и https://vk.com/next_tv?w=wall-25097844_57350 подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками:

- распространена в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте youtube.com - https://www.youtube.com/watch?v=gPGIq_VbE8g и на сайте социальной сети «В контакте» - https://vk.com/next_tv?w=wall-25097844_57350;

- является общедоступной для восприятия неопределенного круга лиц (пользователей сети интернет);

- направлена на привлечения внимания потребителей к услугам и товарам, предоставляемым соответствующим рекламодателем и осуществляемой им деятельности («Финская ярмарка» в г. Нефтекамск) и способствует формированию интереса к реализуемым товарам и их продвижение на рынке (приобрести одежду европейского качества по самым низким ценам...; по ценам производителя можно приобрести качественный товар со скидкой до 70 процентов...; на распродаже действуют скидки до 5 процентов для пенсионеров... и т.д.);

- объектом рекламирования выступают товары, которые реализует магазин «Финская ярмарка» по адресу г. Нефтекамск, ул. Ленина 30.

- целью распространения рекламы является увеличение спроса на рекламируемый товар (услуги).

Факт признания информации рекламной, ИП Юшковым В.Н. не оспаривается.

Частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что реклама должна быть

добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно правовой позиции, изложенной в пункте 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 8.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее – Пленум № 58) 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 соответствии с пунктом 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.

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.

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 (пункт 29 Пленума № 58).

Использование сведений о преимуществах оказываемых услуг не противоречит законодательству о рекламе, в случае если такое преимущество подтверждено документально.

Использование в рекламе неточных высказываний или преувеличений относительно самого рекламодателя может создать у потребителя неверное представление о его статусе, существовании оказываемых им услуг и качестве товаров.

В нарушении данной нормы, рассматриваемая информация в отсутствие конкретных критериев сравнения, имеющих объективное подтверждение, содержит следующее утверждение – «... У нефтекамцев есть всего несколько дней, что бы приобрести одежду европейского качества **по самым низким ценам**».

Некорректность сравнения цен с ценами на аналогичные товары (услуги), реализуемые другими продавцами, следует из того, что формируется общая оценка более выгодных условий оказания услуг перед конкурентами.

Использованное словосочетание предполагает, что рекламируемые таким способом товары (услуги) должны быть востребованы со стороны потребителей с точки зрения их низкой цены. Указанная реклама свидетельствует о том, что ни один другой участник рынка не имеет таких цен на рекламируемые товары.

В своих пояснениях индивидуальный предприниматель сообщил, что данная фраза содержит сведения о преимуществах приобретения рекламируемого товара в период проведения акции указанной в рекламном ролике именно в этом пункте

продаже по сравнению с иными периодами реализации товара, одним и тем же продавцом.

Комиссия с указанным доводом не согласна, так как из содержания рекламного ролика установить тот факт, что фраза – «одежда европейского качества **по самым низким ценам**» относится исключительно к деятельности самого рекламодателя, не представляется возможным. Кроме того, на запрос антимонопольного органа, Ответчиком не представлено документальное подтверждение реализации товара в период проведения акции по самым низким ценам даже в сравнении с деятельностью индивидуального предпринимателя в указанной торговой точке в иные периоды.

Помимо этого, пунктом 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе закреплено, что недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Частью 7 статьи 5 Закона о рекламе установлено, что 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 нарушение данных норм в рекламе «финской ярмарки» в г. Нефтекамск сообщается о закрытии из-за карантина (коронавирус) компании «Лапландия», и соответственно о распродаже товаров, однако, как следует из обращения Заявителя, данный субъект продолжает осуществлять хозяйственную деятельность на территории России.

В пояснениях <...> отражено, что в рекламном ролике содержится абстрактное наименование сети магазинов «Лапландия», в связи с чем вывод Заявителя о том, что речь идет именно о сети магазинов <https://www.laplandia.de/> является необоснованным и надуманным. Из содержания рекламы невозможно сделать вывод о какой именно компании с наименованием «Лапландия» идет речь, соответственно по данному факту нельзя признать рекламу недостоверной.

В материалы дела ИП Юшковым В.Н. также представлены сведения, что о закрытии магазина «Лапландия» ему стало известно из информации, размещенной на сайте – <https://sibdepo.ru/news/sud-ozvuchil-novoe-reshenie-po-delu-o-zakrytii-trts-laplandiya-v-kemerove.html>. Также Ответчиком, по данным ЕГРЮЛ, приведен пример о закрытии ООО «Лапландия» (ОГРН: 5167746215214).

Изучив данный довод и представленную информацию, Комиссия также не может с ним согласиться.

Информация, размещенная на сайте – <https://sibdepo.ru/news/sud-ozvuchil-novoe-reshenie-po-delu-o-zakrytii-trts-laplandiya-v-kemerove.html> сообщает о закрытии торгово-развлекательного комплекса «Лапландия» в г. Кемерово из-за несоответствия правилам пожарной безопасности. Какое отношение указанный ТРК и ООО «Лапландия» (ОГРН: 5167746215214) имеет к реализации товаров (финская верхняя одежда) указанных в рекламном ролике Ответчик не обосновал.

Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о рекламируемом товаре, услуге, приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение

воспользоваться рекламируемой услугой.

Потребитель при выборе товара посредством восприятия рекламы делает свой выбор, исходя из самой понятной и необходимой, в его понимании, информации. В большинстве случаев используемые в рекламной информации фразы трактуются рядовым потребителем рекламы буквально. Потребитель не имеет обязанности проведения анализа рекламы, проверки достоверности и достаточности заявленных в ней сведений.

Закон о рекламе запрещает в рекламе умалчивать или доводить ненадлежащим образом информацию, которая, будучи однозначно сообщенной, изменила бы созданное рекламой представление потребителей о товаре, об условиях его приобретения или использования.

Сообщаемая информация в рассматриваемой рекламе – *«...из-за коронавируса закрылась сеть магазинов «Лапландия» и сейчас наше начальство решило реализовать по городам по ценам производителя качественный товар со скидкой до 70 процентов...»* является недостоверной. Из буквального содержания рекламы, следует, что именно из-за закрытия сети магазинов «Лапландия» в г. Нефтекамск проводится «Финская ярмарка» на которой со скидкой до 70 процентов реализуется верхняя одежда финских компании, таких как - *Лапландия (Laplandia), Лухта (Luhta), Линдекс (Lindex), Фин Флаер (Finn flare)* («глобальные известные финские компании, которые ушли с российского рынка из-за коронавируса, карантина»).

В рамках дела ИП Юшковым В.Н. не представлено документальное подтверждение о закрытии сети магазинов «Лапландия» из-за которой и была проведена «Финская ярмарка» в г. Нефтекамск, как было сообщено в рекламном ролике. Более того, Ответчиком не представлены какие-либо сведения подтверждающие факт реализации товаров указанных брендов в период проведения акции.

Все вышеприведенные обстоятельства позволяют сделать вывод о том, что ИП Юшков В.Н. проявил недобросовестность при определении содержания рекламы, что привело к искажению смысла и ввело в заблуждение ее потребителей.

Таким образом, данная реклама нарушает пункт 1, 20 части 3 и часть 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение указанных норм ФЗ «О рекламе», в соответствии с частью 6 статьи 38 данного Закона, возложена на рекламодателя.

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

Материалами дела установлено, что рекламодателем данной рекламы выступил ИП Юшков В.Н. Индивидуальным предпринимателем данный факт не оспаривается.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное

правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

В силу пункта 54 Правил при добровольном устранении лицом (лицами) совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. В этом случае основания нецелесообразности выдачи предписания излагаются в мотивировочной части решения по делу.

Комиссией принято решение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ИП Юшкову В.Н. не выдавать, так как на дату принятия решения, рекламный ролик, размещенный на сайте youtube.com - https://www.youtube.com/watch?v=gPGIq_VbE8g и в социальной сети «В Контакте» https://vk.com/next_tv?w=wall-25097844_57350 удален (осмотр от 12.07.2022 с приложением фотоматериалов).

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ИП Юшкова В.Н. рекламодателем рекламы.

2. Признать рекламу о финской ярмарке в городе Нефтекамск, размещенную 17.02.2022 года в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте youtube.com - https://www.youtube.com/watch?v=gPGIq_VbE8g и в социальной сети «В Контакте» - https://vk.com/next_tv?w=wall-25097844_57350, ненадлежащей, так как она нарушает пункт 1, 20 части 3 и часть 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

3. В соответствии с пунктом 54 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Башкортостанского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ИП Юшкова В.Н.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>