

Исх. №04-08/1514 от 04.02.2019

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел по признакам нарушения антимонопольного законодательства (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: <...> – (должностное лицо)
<...> – (должностное лицо)
Члены Комиссии: <...> – (должностное лицо)

рассмотрев дело №08-229/2018 в отношении ИП Скобкарёва Евгения Витальевича (ОГРН 306165029100060, ИНН 165003110587, юридический адрес: Республика Татарстан, Набережные Челны, пр. Чулман, д. 71 б, кв. 35) по факту распространения рекламы «Фабрика чистки ковров №1», размещенной в Интернете, что имеет признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

в присутствии:

- представителя ИП <...>,

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения мониторинга Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) был установлен факт распространения рекламы «Фабрика чистки ковров №1», размещенной в Интернете и на телевидении, что имеет признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе». По данному факту сотрудниками Управления произведен акт осмотра Интернет-сайта (Акт осмотра от 27 сентября 2018г.). На данном ресурсе был обнаружен абонентский номер <...> (843) 245-25-05.

Управлением был отправлен запрос в ПАО «Мегафон» для получения информации об абоненте, которому принадлежит абонентский номер <...> (843) 245-25-05 (наименование, ОГРН, ИНН, местонахождение юридического лица или фамилия, имя, отчество (при наличии), ОГРНИП (в случае, если абонент является индивидуальным предпринимателем), ИНН, адрес места жительства физического лица).

Управлением был получен ответ от ПАО «Мегафон» исходя из которого было выявлено, что абонентский номер <...>) 245-25-05 выделен ИП <...>.

В пункте 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» дано понятие рекламы — это 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, 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, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Информация, размещенная в сети интернет и на телевидении, содержит текст: «Фабрика чистки ковров №1».

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N38-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. Вышесказанное имеет признаки нарушения пунктов 1 и 4 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе» в части содержания некорректного сравнения с аналогичными услугами иных хозяйствующих субъектов и (или) индивидуальных предпринимателей путем использования обозначений «Фабрика чистки ковров №1» без указания конкретных характеристик и (или) параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, что «Фабрика чистки ковров №1» ИП <...> действительно «№1», а также без указания ссылок на анализы и исследования, подтверждающие превосходство данного товара перед другими товарами и услугами.

На заседании Комиссии 09 января 2019г. представитель ИП <...> предоставил запрашиваемые в определении документы, для изучения которых Комиссией был сделан вывод о необходимости перерыва рассмотрения дела №08-229/2018 до 15 января 2019 г.

Согласно представленным документам, ИП <...> осуществляет деятельность по профессиональной чистке ковровых покрытий.

После перерыва на заседании Комиссии 15 января 2019г. была представлена видео реклама «Фабрики чистки ковров №1», которая размещалась на телеканалах и иных средствах массовой информации.

Представитель ИП <...> на заседании Комиссии заявил, что «№1» в рекламе «Фабрика чистки ковров №1» означает числовое обозначение, а не преимущество рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами. Однако в рекламе нет подтверждения о том, что это действительно числовое обозначение, так же согласно Акту осмотра от 27 сентября 2018г. информация, размещенная в сети Интернет гласит: «5 причин, почему именно мы Фабрика чистки ковров №1: 1. Автоматизация. Полностью автоматизированный процесс стирки ковров. 2. Опыт. Более 8 лет на рынке предоставления услуг по чистке ковров. 3. Скорость. Наши клиенты получают чистые ковры от 3 до 7 дней. 4. Премиум оборудование. На производство используется турецкое и испанское оборудование. 5. Доступность. Цены начинаются от 150 рублей. Идеальное соотношение цены и качества.». Данная информация обозначает преимущество рекламируемого товара (Фабрики чистки ковров №1) перед находящимися в обороте иными товарами и услугами.

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

На основании части 6 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе ответственность несет рекламодатель. Статьей 3 Закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо. В указанном случае рекламодателем выступает ИП <...>.

В отношении ИП <...> также принято решение о выдаче предписания с целью устранения нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать рекламу «Фабрика чистки ковров №1» в части обозначения «№1», размещенной в сети Интернет распространяемой на телевидении и в рекламных вывесках ненадлежащей и несоответствующей требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе», а именно в части содержания не соответствующих действительности сведений о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Выдать ИП <...> предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в части содержания не соответствующих действительности сведений о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами («Фабрика чистки ковров №1», а именно обозначение «№1»).

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Примечание: за невыполнение в установленный срок законного решения антимонопольного органа статьей 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Председатель Комиссии: <...> – (должностное лицо)

<...> – (должностное лицо)

Члены Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

