

РЕШЕНИЕ № 133-22р

«16» марта 2017 года

город Воронеж

(дата оглашения резолютивной части решения)

Комиссия Воронежского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Попов В.Г. – заместитель руководителя управления;

члены Комиссии: Козина О.Г. – начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции; Михина Н.Н. – государственный инспектор отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции, рассмотрев дело № 133-22р по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем <...> (далее – ИП <...>) требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального Закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), в присутствии представителя ИП <...> - <...> ,

УСТАНОВИЛА:

Воронежским УФАС России 13.02.2017г. в ходе мониторинга соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе выявлен факт распространения следующей информации: «Чайная линия Магазин лучших сортов чая и посуды».

Рассматриваемая информация размещена на 1 этаже фасада многоэтажного жилого дома № 17 по ул. Кольцовской г. Воронежа, о чем государственным инспектором Михиной Н.Н. в присутствии сотрудников Воронежского УФАС России составлен Акт осмотра объектов наружной рекламы с фотоприложениями на 3 (трех) листах.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» 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.

Рассматриваемая информация доступна для всеобщего обозрения, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формированию и поддержанию интереса неопределенного круга лиц.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» 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.

Объектами рекламирования в рассматриваемой рекламе является магазин «Чайная линия» и продаваемые в нем товары.

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.

В соответствии с частью 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 8 октября 2012г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами федерального закона «О рекламе»» при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего.

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.

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 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

В рассматриваемой рекламе для характеристики объектов рекламирования использовано слово «Лучший» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и которое имеет объективное подтверждение, таким образом, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...>, т.к. осуществляет деятельность в указанном магазине.

Определением от 21.02.2017г. № 133-22р в отношении ИП <...> возбуждено дело по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе». Дело назначено к рассмотрению на 16 часов 30 минут 16.03.2017г.

16.03.2017г. ИП <...> предоставлена следующая информация: свидетельство от 12.10.2016 о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя; свидетельство от 09.08.2005 о постановке на учет в налоговом органе физического лица по месту жительства на территории РФ; свидетельство от 30.08.2001 о постановке на учет физического лица в налоговом органе; уведомление от 12.10.2016 о постановке на учет физического лица в налоговом органе; копия паспорта на 1 листе.

Вместе с тем, договоры с рекламодателем, рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы, а также доказательства (критерии), подтверждающие, что в магазине «Чайная линия» продаются лучшие сорта чая и посуды ИП <...> Комиссии не предоставлены.

В ходе рассмотрения дела представитель ИП <...> <...> пояснил, что «договор на изготовление и размещение рассматриваемой рекламы с фирмой изготовителем не заключали. При указании в рекламе словосочетания «лучший», мы исходили из того, что оно относится к сортам чая, продаваемого в нашем магазине, а не к самому магазину, оказалось, что данная формулировка не совсем корректна. Факт нарушения признаем».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе», рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Комиссия находит основания для выдачи ИП <...> предписания об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 36 - 43 «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17 августа 2006 г. № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: «Чайная линия Магазин лучших сортов чая и посуды», размещенную на 1 этаже фасада многоэтажного жилого дома № 17 по ул. Кольцовской г. Воронежа, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», а именно использовано слово «Лучший» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и которое имеет объективное подтверждение.

2. Выдать ИП <...> предписание об устранении нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», путем прекращения распространения ненадлежащей рекламы, либо путем приведения рекламы в соответствие с законодательством Российской Федерации о рекламе, а именно путем исключения из рекламы слова «Лучший», либо путем указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и которое имеет объективное подтверждение.

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

Решение изготовлено в полном объеме 17 марта 2017 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 АПК РФ.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии

В.Г. Попов

О.Г. Козина

Н.Н. Михина