

## Решение Управления в отношении ИП Шитиковой

Номер дела: 16-Р-2016

Тип документа: Решения по делам

Управление: Чувашское УФАС России

Дата публикации: 21.09.2016

### Сферы деятельности:

- Контроль рекламы и недобросовестной конкуренции

### Теги:

- реклама

---

## РЕШЕНИЕ

### по делу № 16-Р-2016

19 сентября 2016 г.  
Чебоксары

г.

Резолютивная часть решения оглашена 19 сентября 2016 года.

Решение в полном объеме изготовлено 20 сентября 2016 года.

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

Председатель Комиссии:

«...»

Члены Комиссии:

«...»

рассмотрев дело № 16-Р-2016, возбужденное в отношении ИП Шитиковой Т.И. по признакам нарушения требований, установленных пунктами 1, 4 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

ИП

в присутствии

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

ИП Шитиковой Татьяны Ивановны;

заявителя:

представителя ОО "Союз юристов" «...» (по доверенности от 19.09.2016 б/н);

в отсутствие лиц, располагающих сведениями, извещенных о времени и месте рассмотрения дела надлежащим образом:

- ООО «Фидес»;

- ИП Тюрина А.Ю;

- ООО "Грань Керамика",

#### УСТАНОВИЛА:

В Чувашское УФАС России поступило заявление ОО «Союз юристов» (далее – Заявитель) (исх. от 04.07.2016 № 31), зарегистрированное от 04.07.2016 № 04-05/4194 с просьбой проверки соблюдения требований норм Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) в части информации, размещенной на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Чебоксары, Марпосадское Шоссе, д.19, следующего содержания: «Керамическая плитка, у нас дешевле, чем у них! Грань Керамика 600 204».

Факт размещения вышеуказанной рекламной информации Заявитель подтвердил прилагаемой к заявлению фотографией рекламной конструкции с содержанием рассматриваемого текста.

Согласно жалобе Заявителя размещение данного объявления является нарушением пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку «содержит не подтверждающие сведения о ценовых преимуществах рекламируемого товара перед товарами находящимися в обороте».

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия), изучив содержание рассматриваемой информации, установила следующее.

По правилам, определенным пунктом 1 статьи 3 Закона 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:

публично распространена;

предназначена для неопределенного круга лиц;

имеет контактную информацию;

преследует цель обратить внимание на реализацию керамической плитки, которую можно приобрести в «Грань Керамике» по цене дешевле, "чем у них"; направлена на формирование у потребителей желания приобрести керамическую плитку в «Грань Керамике», продвигая данный товар на рынке реализации аналогичных товаров.

Таким образом, можно сделать вывод, что рассматриваемая информация соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе.

При оценке данной рекламы на соответствие требованиям Закона о рекламе установлено следующее.

[Частью 7 статьи 5](#) Закона о рекламе определено, 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.

При этом в рекламе существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Текст рассматриваемой рекламы содержит утверждение "у нас дешевле, чем у них", однако потребитель данной рекламы не может располагать сведениями о том, с какими продавцами и ценами проведено сравнение цены керамической плитки, которую можно приобрести в «Грань Керамике» по цене "дешевле, чем у них".

Об этих обстоятельствах, потребителю рекламы, вероятно, возможно узнать при непосредственном обращении к продавцам-консультантам (представителям) ООО "Грань Керамика" или провести самостоятельный сравнительный анализ ценовых параметров на товарном рынке, реализующих аналогичную продукцию.

В данном случае, использование в рекламе неточных высказываний или преувеличений относительно ценовых параметров товара может ввести потребителя рекламы в заблуждение, создать неверное представление о ценовых преимуществах рекламируемого товара, и тем самым обмануть его ожидания о выгодном приобретении (по низкой цене) керамической плитки, реализуемой ООО "Грань Керамика".

Вводящая в заблуждение реклама сообщает не «объективно неправильные (неверные) сведения», а субъективно неправильные, т.е. те, которые способны ввести в заблуждение.

Это означает, что при оценке рекламы на предмет введения в

заблуждение учитывается субъективное восприятие сообщенных ею сведений. Определяющим в этом случае является не то, что имел в виду рекламодатель, и не то, насколько сообщенные сведения соответствуют истине, а лишь их восприятие потребителями рекламы.

В соответствии с [пунктом 29](#) Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда от 8 октября 2012 г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» необходимо исходить из того, что 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 критериев сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов "дешевле, чем у них", необходимо производить с указанием конкретного объекта, с которым осуществляется сравнение, и при этом иметь объективное подтверждение, в данном случае, ценового преимущества рекламируемого товара.

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.

Из вышеприведенного разъяснения следует, что заявление о ценовом преимуществе, согласно утверждению «у нас дешевле, чем у них!», должно иметь документальное подтверждение и фактическое обоснование.

В отсутствие конкретного объекта, по которому в рассматриваемом случае, производится ценовой критерий сравнения, создается впечатление, что ООО "Грань Керамика" обладает ценовым преимуществом в масштабах всех продавцов на рынке реализации однородных товаров.

В силу [пункта 28](#) Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда от 8 октября 2012 г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Потребители спорной рекламы, не обладающие специальной информацией, понимают рекламу буквально: это самая низкая цена среди хозяйствующих субъектов, реализующих аналогичные товары.

Рассматриваемая реклама является недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара и некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые реализуются другими продавцами.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

По правилам пункта 1 части 3 статьи 5 Закона 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 силу пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

На основании изложенного, в нарушение данных правовых норм, в рекламе ООО "Грань Керамика" содержится не подтвержденная соответствующей действительности информация о ценовом преимуществе керамической плитки, реализуемой данным обществом, что вводит потребителей рекламы в заблуждение.

Ответственность за нарушение требований установленных [пунктами 1, 4 части 3, части 7 статьи 5](#) Закона о рекламе, в соответствии с [частью 6 статьи 38](#) Закона о рекламе, несет рекламоделец.

[Пунктом 5 статьи 3](#) Закона о рекламе установлено, что рекламоделем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно поступившей информации от администрации г. Чебоксары следует, что рассматриваемая рекламная конструкция, расположенная по адресу г. Чебоксары, Марпосадское Шоссе, д.19, принадлежат ООО "Фидес" (г.Чебоксары, ул.К.Иванова, д.91, оф.6) в соответствии с договором от 18.10.2013 № 41 на установку и эксплуатацию средств наружной рекламы на территории г.Чебоксары, заключенным между администрацией г. Чебоксары и ООО "Фидес", выданным на основании постановления главы администрации г.Чебоксары от 18.10.2013 № 3405.

Из поступивших письменных пояснений ООО "Фидес" следует, что рекламное место для размещения рассматриваемой рекламы ООО "Фидес" предоставлено в пользование Индивидуальному предпринимателю Тюрину А.Ю. в соответствии с заключенным договором от 12.01.2016 № 8.

Согласно данному договору Собственник (ООО "Фидес") предоставляет Рекламораспространителю (ИП Тюрину А.Ю.) рекламную конструкцию - стеллу площадью рекламного изображения 28 кв.м по адресу: г. Чебоксары, Марпосадское Шоссе, д.19 .

В

соответствии с установленными требованиями данного договора Рекламораспространитель обязан обеспечить достоверность рекламной информации, размещаемой на рекламной конструкции и ее соответствие требованиям норм действующего законодательства (пункт 2.3.3 договора).

При этом Рекламораспространитель принимает на себя ответственность перед третьими лицами, контролирующими и надзирающими органами за размещение на предоставленных ему рекламных конструкциях недобросовестной и недостоверной рекламной информации, а также информации не соответствующей требованиям ст.5 Закона о рекламе (пункт 2.3.3.договора).

ООО "Фидес" информирует, что согласно условиям заключенного договора ответственность за размещение информации, размещаемой на рассматриваемых рекламных конструкциях, возлагается в данном случае, на Рекламораспространителя, отмечая при этом, что рекламные конструкции предоставлялись ИП Тюрину А.Ю. не под размещение конкретной информации, а на определенный период.

ООО "Фидес" поясняет, что вопрос о том, какую информацию размещать на рекламных конструкциях являлось самостоятельным решением ИП Тюрина А.Ю., как и решение, и согласование эскизов рекламной информации и рекламодателей.

Из представленных письменных пояснений ИП Тюрина А.Ю. следует.

ИП Тюрин А.Ю. как Рекламораспространитель предоставил рассматриваемую рекламную конструкцию по вышеуказанному адресу для размещения рекламной информации ИП Шитиковой Т.И. на основании заключенного между ними договора от 25.01.2016 № 02/2016.

Согласно условиям данного договора ИП Тюрин А.Ю. (Исполнитель) обязуется оказывать услуги по размещению рекламно - информационных материалов, предоставляемых ИП Шитиковой Т.И. (Заказчик), Клиентом Заказчика (Рекламодателем) или третьим лицом по поручению Заказчика (пункт 1.1 договора).

В соответствии с требованиями настоящего договора Заказчик (ИП Шитикова Т.И.) обязан:

обеспечивать на Постерах размещение всей информации о рекламируемом товаре или услуге, необходимой в соответствии с Федеральным законом "О рекламе" (пункт 2.3.6 договора);

обеспечивать достоверность рекламной информации на рекламоносителе в соответствии с действующим законодательством, принимать на себя ответственность перед третьими лицами по претензиям, связанным с несоответствием рекламной информации действительности, содержанием и формой рекламы (пункт 2.3.8 договора);

самостоятельно и за свой счет регулировать указанные претензии. Нести ответственность за содержание рекламного изображения, за ненадлежащую рекламу и т.п. (пункт 2.3.8 договора).

Из письменных пояснений, представленных на заседание Комиссии 19.09.2016 ИП Шитиковой Т.И. следует, что текстовое содержание и дизайн рекламы были разработаны ИП Шитиковой Т.И. в рамках договора заключенного договора между ИП Шитиковой Т.И. и ИП Тюриным.

При этом ИП Шитикова Т.И. пояснила, что в данном случае, каких-либо иных договоров с третьими лицами, в том числе с ООО "Грань Керамика", по составлению содержания рассматриваемой рекламы ИП Шитикова Т.И. не заключала.

ИП Шитикова Т.И. уточнила, что при осуществлении распространения рассматриваемого текста рекламы не предполагала о нарушении законодательства. В своих письменных пояснениях и одновременно на

заседании Комиссии сообщила, что признает нарушение законодательства о рекламе, выразившееся в распространении вышеуказанной недостоверной рекламы и раскаивается в совершении данного правонарушения.

Одновременно на заседание Комиссии ИП Шитикова Т.И. представила макет новой рекламы, размещаемой на вышеуказываемом объекте и пояснила, что рассматриваемая ненадлежащая реклама на рекламных конструкциях г.Чебоксары в настоящее время не распространяется.

Таким образом, согласно анализу представленных в рамках рассмотрения дела материалов и документов, а также пояснениям, ИП Шитиковой Т.И., Комиссия приходит к следующему.

Рекламодателем рассматриваемой рекламы, в данном случае, как лицо, полностью определившее объект рекламирования и содержание рекламы, является ИП Шитикова Т.И.

На основании изложенного, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 г. N 508, Комиссия

#### Р Е Ш И Л А:

1. Признать рекламу, размещаемую на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Чебоксары, Марпосадское Шоссе, д.19, следующего содержания: «Керамическая плитка, у нас дешевле, чем у них! Грань Керамика 600 204» не соответствующей законодательству Российской Федерации о рекламе, поскольку данная реклама противоречит требованиям определенным [пунктами 1, 4 части 3, части 7 статьи 5](#) Закона о рекламе.
2. Признать ИП Шитикову Т.И. нарушившей требования Закона о рекламе, выразившиеся в распространении недостоверной рекламы
3. Не выдавать ИП Шитиковой Т.И. предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе, в связи с прекращением распространения ненадлежащей рекламы на момент рассмотрения дела.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Чувашского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ИП Шитиковой Т.И.

Решение изготовлено в полном объеме 20 сентября 2016 года и может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Члены Комиссии

<...>