

решение №3-01/41-2017

Номер документа: №3-01/41-2017

Номер дела: №3-01/41-2017

Тип документа: Решения по делам

Управление: Пензенское УФАС России

Дата публикации: 13.03.2017

Сферы деятельности:

- Контроль рекламы и недобросовестной конкуренции

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 3-01/41-2016

марта 2017 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Политивная часть решения объявлена 02 марта 2017 года.

Управление Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

Члены Комиссии:

Рассмотрев дело №3-01/41-2016, возбужденное в отношении ООО по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

Пензенское УФАС России поступило заявление по поводу распространения недостоверной информации о гипермаркете «Лента» (г. Пенза, ул. Антонова, 18В) в рекламном выпуске № 29 (58) стр. 1 о проведении акции следующего содержания: «Смесь молочная Combiotic Hipp, 350 г, №2 -40%» (цена по скидке составляет 271.99). Срок действия рекламного выпуска с 13.03.2016 по 21.11.2016 включительно.

Председатель утверждает, что сведения, представленные в данной рекламе, являются достоверными, поскольку смесь молочную Combiotic Hipp ей продали 21.11.2016 в

маркете «Лента» (г. Пензе, ул. Антонова, 18В) без обещанной в рекламе скидки в размере

енским УФАС России определением от 12.12.2016 по факту распространения рекламы о
здении акции в гипермаркете «Лента» возбуждено дело № 3-01/41-2016 по признакам
ления пункта 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе». К участию в деле в качестве лица, в
гвиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской
эрации о рекламе, привлечено ООО.

де рассмотрения дела №3-01/41-2016 было установлено, что совершенное правонарушение
ежит квалификации не по признакам нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О
аме», а по признакам нарушения части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

иседании Комиссии представитель ООО пояснил, что в период с 08.11.2016 по 21.11.2016 в
горых гипермаркетах «Лента» действовала акция, заключающаяся в снижении цены на ряд
тов, указанных в специальном выпуске каталога товаров «Лента» №29 (58), том числе на
) – смесь молочная Combiotic Hipp, 350 грамм, №2, с 6 мес. В гипермаркетах «Лента»,
вующих в акции, цена на товар - смесь молочная Combiotic Hipp, 350 грамм, №2, с 6 мес. по
ге постоянного покупателя «Ленты» в период проведения акции с учетом скидки
вляла 271,99 руб. В соответствии с условиями проведения акции, доведенными до
ения покупателей непосредственно в Каталоге, акционная цена на данный товар
гвовала не во всех гипермаркетах «Лента». При этом информацию об участии этого товара
ии и цене в конкретном гипермаркете покупатель может получить дополнительно, о чем
тся предупреждение в Каталоге, а именно «подробности об участии каждой позиции
а и цене на нее в конкретном гипермаркете можно узнать на стойке информации или по
фону: 8-800-700-411». В частности, в гипермаркете «Лента», расположенном по адресу:
иза, ул. Антонова, д. 18в, на товар – смесь молочная Combiotic Hipp, 350 грамм, №2, с 6
акция не распространялась.

лв представленные документы, Комиссия пришла к следующему выводу.

алогие товаров «Лента» №29 (58) стр. 18-19 размещена информация следующего
ожания: «Смесь молочная Combiotic Hipp, 350 г. в ассортименте: №2, с 6 мес. - №3, с 12 мес.
449.99 271.99». Внизу страницы, исполненная мелким шрифтом, имеется следующая
рмация: «Предложения действительны по карте постоянного покупателя с 8 ноября по 21
оя 2016 года в гипермаркетах «Лента». Товары, рекламируемые в каталоге, имеют
ходимые сертификаты. Цены указаны в рублях за единицу товара. Подробности условий
л в гипермаркетах «Лента», «Цены указаны с учетом скидки. Размещенные в каталоге
ы могут отсутствовать в гипермаркете «Лента». Подробности об участии каждой позиции
а и цене на нее в вашем гипермаркете можно узнать на стойке информации или по
фону: 8-800-700-411».

ответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация,
ространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств,
сованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту
амирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на
е. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его
видуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной
ельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

и словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим требованиям, а именно:

назначаться для неопределенного круга лиц;

привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке.

Неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны отношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» в целях настоящего Федерального закона используются следующие основные понятия: товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

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 мероприятие, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Способом любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке и закрепить его образ в памяти потребителя.

Информация, размещенная в рекламном выпуске №29 (58) стр. 18-19, содержит все определяющие правовые признаки рекламы, позволяющие квалифицировать ее именно в этом качестве и отличить от информации нерекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: формирует и поддерживает интерес к объектам рекламирования и способствует их продвижению на рынке интеллектуальных услуг (по своему характеру разовым предложением не является) следовательно, является рекламой.

В рамках рекламирования в данном случае выступают товары, указанные в информационном сообщении (в том числе смесь молочная Combiotic Hipp 350 грамм), реализация которых в рамках акции осуществляется со скидкой в размере 40%.

Согласно части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Согласно части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» 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 вводится в заблуждение потребитель рекламы.

Как указано выше, один из покупателей увидел в каталоге ООО информацию о продаже смеси молочной Combiotic Hipp 350 грамм со скидкой 40% (271.99 руб. вместо 449.99) и решил воспользоваться предложением. Однако в магазине (по адресу: г. Пенза, ул. Антонова, 18В) выяснилось, что за смесь молочную Combiotic Hipp 350 грамм покупателю придется заплатить больше, чем он рассчитывал – 446 руб. На стойке информации гипермаркета покупателю

или, что данный рекламный каталог не действует в гипермаркете «Лента» по адресу: 18В, ул. Антонова, 18В.

асно ответу, представленному ООО, в соответствии с условиями проведения акции, ценными до сведения покупателей непосредственно в Каталоге, акционная цена на ый товар действовала не во всех гипермаркетах «Лента». При этом информацию об ии этого товара в акции и цене в конкретном гипермаркете покупатель может получить лнительно, о чем имеется предупреждение в Каталоге, а именно «подробности об участии ой позиции товара и цене на нее в конкретном гипермаркете можно узнать на стойке ормации или по телефону: 8-800-700-411».

дя из визуального анализа рассматриваемого рекламного изображения товара, инного в рекламном каталоге, с учетом его смысловой (текстовой) нагрузки, в том числе а: «Смесь молочная Combiotic Hipp, 350 г. в ассортименте: №2, с 6 мес. - №3, с 12 мес. -40% 9 271.99», потребителем был сделан вывод о том, что акция распространяется на данный о в г. Пензе во всех гипермаркетах «Лента». Однако, как было установлено в ходе лотрения дела, фактически рассматриваемая акция действовала в г. Пензе не во всех маркетах «Лента», а только по адресу: г. Пенза, пр-т Строителей, д.2б.

ка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего альными знаниями.

ламе существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, нформация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой змой.

отом содержащейся в рекламе совокупной информации, реклама ввела потребителя в /ждение в отношении участия товара в акции. Фактически, несмотря на наличие карты янного покупателя, заявителю не была представлена возможность приобретения анного им товара, не принимающего участие в акции, но входящего в указанный тимент продукции, по заявленной в рекламе цене. В действительности цена товара лась больше, чем рассчитывал потребитель, так как данный товар не участвовал в акции.

ормация о том, что в гипермаркете «Лента» по адресу: г. Пенза, ул. Антонова, 18В í-либо товар, указанный в каталоге, в том числе «Смесь молочная Combiotic Hipp, 350 г. ; 6 мес.», может не участвовать в акции, в рекламе отсутствует.

квального смысла содержащегося в рекламном каталоге предупреждения (выполненного м шрифтом): «Цены указаны с учетом скидки. Размещенные в каталоге товары могут ствовать в гипермаркете «Лента». Подробности об участии каждой позиции товара и цене е в вашем гипермаркете можно узнать на стойке информации или по телефону: 8-800-700- , следует, что все указанные в каталоге товары при наличии их в гипермаркете «Лента» вуют в акции.

ламе выделено наиболее привлекательное для потребителя условие – «Смесь молочная iotic Hipp, 350 г. в ассортименте: №2, с 6 мес. - №3, с 12 мес. -40% 449.99 271.99». Иное зие, необходимое потребителю для принятия осознанного решения, не указано. Тем самым збители рекламы при ее прочтении вводятся в заблуждение относительно

оставляемой услуги.

гствие в рекламе существенной информации об условиях предоставляемой услуги привело ажению смысловой нагрузки информации и ввело в заблуждение потребителя рекламы зительно участия в акции гипермаркета «Лента» (г.Пенза, ул. Антонова, 18В). Об этом зтельствуует заявление гражданина-потребителя.

рмация о возможности уточнения подробностей о рекламируемой услуге и условиях ее чения в рамках проводимой акции не заменяет опубликования существенных сведений, ствие которых способно ввести потребителя в заблуждение относительно объекта змы.

чение в текст рекламы «подробности об участии каждой позиции товара и цене на нее в м гипермаркете можно узнать на стойке информации или по телефону: 8-800-700-411» не бождает рекламодателя от исполнения обязанности опубликования в рекламном влении существенных сведений, отсутствие которых способно ввести потребителя в /ждение относительно условий приобретения товара. Поскольку распространенная зма была направлена на формирование у потребителей желания приобретения товара по л (со скидкой), то существенной является не только информация, привлекательная для збителей, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у збителей такой рекламой.

чае, когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, ствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные данной рекламой, ально присутствовали в рекламе, однако форма представления сведений такова, что ая информация не может быть воспринята потребителями, следует признавать, что ые сведения не были доведены для неопределенного круга лиц надлежащим образом, в 1 с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и лтся в заблуждение относительно предлагаемой услуги.

и образом, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

асно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям юдательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

асно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение званий, установленных частями 2-8 статьи 5 настоящего закона несет рекламодатель.

тветствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – это изготовитель или авец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы

анные по делу доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, арушение законодательства о рекламе в данном случае содержится в действиях лица, остранившего рассматриваемую рекламу, т.е. ее рекламодателя – ООО .

ывая вышеизложенное и основываясь на фактических обстоятельствах дела, Комиссия ла к выводу, что ООО нарушило требования части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

асно статье 1 Закона о рекламе, целями данного закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение единства экономического пространства, реализации интересов потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов недобросовестной рекламы.

в соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ 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.

Согласно статье 33 Закона о рекламе предусмотрены полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного надзора в сфере рекламы, в частности, выдавать предписания рекламодателям, рекламодателям, рекламодателям, рекламодателям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В ходе рассмотрения дела Комиссии Пензенского УФАС России доказательств устранения нарушения требований части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» ООО представлено не было.

В связи с чем, Комиссия Пензенского УФАС России считает целесообразным выдать предписание о прекращении нарушения требований законодательства о рекламе.

Согласно части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламодателями, рекламодателями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

признать ненадлежащей рекламу: «Смесь молочная Combiotic Hipp, 350 г. в ассортименте: 0-6 мес. - №3, с 12 мес. -40% 449.99 271.99», распространяемую ООО в каталоге товаров «Товары для детей» №29 (58) стр. 18-19 в г. Пензе по адресу: ул.Антонова, 18В, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

выдать ООО предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

направить материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1

и 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 10 марта 2017 года.

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