

# РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 3-01/41-2016

марта 2017 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Публичная часть решения объявлена 02 марта 2017 года.

Комиссия 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:

В Пензенское УФАС России поступило заявление по поводу распространения недостоверной рекламы гипермаркета «Лента» (г. Пенза, ул. Антонова, 18В) в рекламном выпуске № 29 (58) стр. 18-19 о проведении акции следующего содержания: «Смесь молочная Combiotic Hipp, 350 грамм, №2 -40%» (цена по скидке составляет 271.99). Срок действия рекламного выпуска с 08.11.2016 по 21.11.2016 включительно.

Заявитель утверждает, что сведения, представленные в данной рекламе, являются недостоверными, поскольку смесь молочную Combiotic Hipp ей продали 21.11.2016 в гипермаркете «Лента» (г. Пенза, ул. Антонова, 18В) без обещанной в рекламе скидки в размере 40%.

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

При рассмотрении дела №3-01/41-2016 было установлено, что совершенное нарушение подлежит квалификации не по признакам нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», а по признакам нарушения части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

На заседании Комиссии представитель ООО пояснил, что в период с 08.11.2016 по 21.11.2016 в некоторых гипермаркетах «Лента» действовала акция, заключающаяся в снижении цены на ряд товаров, указанных в специальном выпуске каталога товаров

та» №29 (58), том числе на товар – смесь молочная Combiotic Hipp, 350 грамм, №2, с 6 В гипермаркетах «Лента», участвующих в акции, цена на товар - смесь молочная biotic Hipp, 350 грамм, №2, с 6 мес. по «карте постоянного покупателя «Ленты» в од проведения акции с учетом скидки составляла 271,99 руб. В соответствии с виями проведения акции, доведенными до сведения покупателей непосредственно алоге, акционная цена на данный товар действовала не во всех гипермаркетах та». При этом информацию об участии этого товара в акции и цене в конкретном маркете покупатель может получить дополнительно, о чем имеется ,упреждение в Каталоге, а именно «подробности об участии каждой позиции товара е на нее в конкретном гипермаркете можно узнать на стойке информации или по фону: 8-800-700-411». В частности, в гипермаркете «Лента», расположенном по зу: г.Пенза, ул. Антонова, д. 18в, на товар – смесь молочная Combiotic Hipp, 350 м, №2, с 6 мес. акция не распространялась.

ив представленные документы, Комиссия пришла к следующему выводу.

алоге товаров «Лента» №29 (58) стр. 18-19 размещена информация следующего ржания: «Смесь молочная Combiotic Hipp, 350 г. в ассортименте: №2, с 6 мес. - №3, с эс. -40% ~~449.99~~ 271.99». Внизу страницы, исполненная мелким шрифтом, имеется ,ующая информация: «Предложения действительны по карте постоянного покупателя зября по 21 ноября 2016 года в гипермаркетах «Лента». Товары, рекламируемые в логге, имеют необходимые сертификаты. Цены указаны в рублях за единицу товара. обности условий акции в гипермаркетах «Лента»», «Цены указаны с учетом скидки. ещенные в каталоге товары могут отсутствовать в гипермаркете «Лента». обности об участии каждой позиции товара и цене на нее в вашем гипермаркете о узнать на стойке информации или по телефону: 8-800-700-411».

тветствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, пространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых ,ств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение ания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему ) продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается р, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты лектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым авлена реклама.

и словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять ,ующим условиям, а именно:

дзначаться для неопределенного круга лиц;

злекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

собствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке.

неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее :делены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны оотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

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

асно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования – товар, средства визуализации 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, лотерея), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Сущностью любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту рекламирования и закрепить его образ в памяти потребителя.

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

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

В соответствии с частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть достоверной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

В соответствии с частью 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 пояснили, что данный рекламный каталог не действует в гипермаркете «Лента» по адресу: г.Пенза, ул.Антонова, 18В.

Согласно ответу, представленному ООО, в соответствии с условиями проведения акции, действующими до сведения покупателей непосредственно в Каталоге, акционная цена на данный товар действовала не во всех гипермаркетах «Лента». При этом информацию об условиях акции и цене в конкретном гипермаркете покупатель может получить дополнительно, о чем имеется предупреждение в Каталоге, а именно о возможности участия каждой позиции товара и цене на нее в конкретном гипермаркете можно узнать на стойке информации или по телефону: 8-800-700-4111».

В результате визуального анализа рассматриваемого рекламного изображения товара, размещенного в рекламном каталоге, с учетом его смысловой (текстовой) нагрузки, в том числе текста: «Смесь молочная Combiotic Hipp, 350 г. в ассортименте: №2, с 6 мес. - №3, со скидкой -40% ~~449.99~~ 271.99», потребителем был сделан вывод о том, что акция

ространяется на данный товар в г. Пензе во всех гипермаркетах «Лента». Однако, было установлено в ходе рассмотрения дела, фактически рассматриваемая акция проводилась в г. Пензе не во всех гипермаркетах «Лента», а только по адресу: г. Пенза, пр. Строителей, д. 26.

Такая реклама осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Слабой существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой.

В этом содержащейся в рекламе совокупной информации, реклама ввела потребителя в заблуждение в отношении участия товара в акции. Фактически, несмотря на наличие карты постоянного покупателя, заявителю не была представлена возможность приобретения выбранного им товара, не принимающего участие в акции, входящего в указанный ассортимент продукции, по заявленной в рекламе цене. В действительности цена товара оказалась больше, чем рассчитывал потребитель, так как данный товар не участвовал в акции.

Информация о том, что в гипермаркете «Лента» по адресу: г. Пенза, ул. Антонова, какой-либо товар, указанный в каталоге, в том числе «Смесь молочная Combiotic Hipp, 350 г. №2, с 6 мес.», может не участвовать в акции, в рекламе отсутствует.

Неясного смысла содержащегося в рекламном каталоге предупреждения (напечатанного мелким шрифтом): «Цены указаны с учетом скидки. Размещенные в каталоге товары могут отсутствовать в гипермаркете «Лента». Подробности об участии каждой позиции товара и цене на нее в вашем гипермаркете можно узнать на стойке информации или по телефону: 8-800-700-4111», следует, что все указанные в каталоге товары при наличии их в гипермаркете «Лента» участвуют в акции.

В рекламе выделено наиболее привлекательное для потребителя условие – «Смесь молочная Combiotic Hipp, 350 г. в ассортименте: №2, с 6 мес. - №3, с 12 мес. -40% 449.99 руб.». Иное условие, необходимое потребителю для принятия осознанного решения, не указано. Тем самым потребители рекламы при ее прочтении вводятся в заблуждение относительно предоставляемой услуги.

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

Информация о возможности уточнения подробностей о рекламируемой услуге и условиях ее получения в рамках проводимой акции не заменяет опубликования существенных сведений, отсутствие которых способно ввести потребителя в заблуждение относительно объекта рекламы.

Отсутствие в текст рекламы «подробности об участии каждой позиции товара и цене на нее в вашем гипермаркете можно узнать на стойке информации или по телефону: 8-800-700-4111» не освобождает рекламодателя от исполнения обязанности опубликования в рекламном объявлении существенных сведений, отсутствие которых способно ввести

ебителя в заблуждение относительно условий приобретения товара. Поскольку распространённая реклама была направлена на формирование у потребителей знания приобретения товара по акции (со скидкой), то существенной является не только информация, привлекательная для потребителей, но и информация, способная вызвать ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Чаще, когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, в результате которой способно обмануть их ожидания, сформированные данной рекламой, формально присутствовали в рекламе, однако форма представления информации такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, потребитель признаёт, что данные сведения не были доведены для неопределённого круга потребителей надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил необходимую по закону информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой услуги.

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

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

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 настоящего закона несёт рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – это изготовитель товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) размещение рекламы лицо.

Согласно материалам по делу доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, что нарушение законодательства о рекламе в данном случае содержится в действиях лица, распространившего рассматриваемую рекламу, т.е. её рекламодателя ООО «О».

Исходя из вышеизложенного и основываясь на фактических обстоятельствах дела, арбитражный суд пришёл к выводу, что ООО нарушило требования части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

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

В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых 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

действие государственного надзора в сфере рекламы, в частности, выдавать административные предписания рекламодателям, рекламораспространителям, рекламопроизводителям о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

По результатам рассмотрения дела Комиссии Пензенского УФАС России доказательств наличия нарушения требований части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» ООО представлено не было.

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

Согласно части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями 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 дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 17.08.2006 № 508, Комиссия

#### РЕШИЛА:

выдать ООО предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе: «Смесь молочная Combiotic Hipp, 350 г. в упаковке: №2, с 6 мес. - №3, с 12 мес. -40% ~~449.99~~ 271.99», распространяемую ООО в магазине товаров «Лента» №29 (58) стр. 18-19 в г. Пензе по адресу: ул. Антонова, 18В, в которой в ней нарушены требования части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

выдать ООО предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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