

УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ

ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

625048, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а тел. 50-31-55

РЕШЕНИЕ №072/05/5-67/2020

30.10.2020 г. г. Тюмень

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии: <...>
- заместитель руководителя
управления;
<...>
- заместитель начальника ОКСЗ;
Члены Комиссии:
- главный специалист-эксперт ОКСЗ,
<...>

рассмотрев дело № 072/05/5-67/2020, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения недостоверной рекламы,

в присутствии представителя АО «Торговый дом «Перекресток» - <...>
(доверенность 77АГ2953450 от 12.11.2019г.),

УСТАНОВИЛА:

В докладной записке заместителя руководителя Тюменского УФАС России содержалась информация о том, что 22.08.2020г. в 13:00ч. в районе ТРЦ «Фаворит» (г.Тюмень, ул.В.Гнаровской, 12) проходила рекламная акция магазина «Перекресток», промоутерами осуществлялась раздача рекламных листовок, на 5 странице которых содержалась информация следующего содержания: «Пельмени МИРАТОРГ Домашние свинина-говядина, 800 г. ~~339⁸⁰~~ 299⁹⁰ 2 по цене 1 «Цена указана за единицу товара при условии покупки 2 шт. одновременно. Цена при покупке 1 шт. – 339,80 руб». Вместе с тем, при покупке двух упаковок пельменей МИРАТОРГ Домашние свинина-говядина, 800 г. на кассе была озвучена стоимость товара – 339,80 рублей. При предъявлении кассиру рекламной брошюры с указанием стоимости на данный товар – 299,90 рублей, был получен ответ, что возможно это цена по карте «Перекресток». Однако, после предъявления карты «Перекресток» стоимость товара не изменилась. Кассир сказала, что возможно цена в рекламной брошюре (299,90 руб.) указана ошибочно. В результате стоимость двух упаковок пельменей МИРАТОРГ Домашние свинина-говядина, 800 г. составила 339,80 рублей.

В соответствии с п.4 ч.3 ст.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.

Согласно ч.7 ст.5 Закона 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 вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Таким образом, в рекламе следующего содержания: «Пельмени МИРАТОРГ Домашние свинина-говядина, 800 г. ~~339⁸⁰~~ 299⁹⁰ 2 по цене 1. Цена указана за единицу товара при условии покупки 2 шт. одновременно. Цена при покупке 1 шт. – 339,80 руб», размещенной на стр.5 рекламной брошюры магазина «Перекресток» за период с 21 по 24 августа 2020г. содержатся признаки нарушения п.4 ч.3 ст.5, ч.7 ст.5 Закона о рекламе.

Определением от 06.10.2020 г. возбуждено дело № 072/05/5-67/2020 по признакам нарушения требований п.4 ч.3 ст.5, ч.7 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в отношении АО «Торговый дом «Перекресток».

Согласно пояснениям АО «Торговый дом «Перекресток», при реализации акции «2 по цене 1» листовка содержала некорректную информацию. Фактически единица товара реализовывалась по цене 339,80 руб. при покупке 1 шт. и по цене 169,90 руб. при покупке 2 шт. одновременно (путем предоставления скидки в размере 50%). Таким образом, по мнению Общества, механика акции «2 по цене 1» была соблюдена, и покупатель при одновременной покупке 2 шт. товара оплачивал общую сумму 339,80 руб.

Данная реклама изготавливалась в соответствии с договором №0102201901 от 01.02.2019г., заключенным между АО «Торговый дом «Перекресток» и ООО «Рамис». Распространение данной рекламы осуществлялось на основании договора №6/01022020 от 01.02.2020г., заключенного между ИП Яковенко Ольгой Валерьевной и АО «Торговый дом «Перекресток».

На рассмотрении дела №072/05/5-67/2020 представитель лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, пояснил, что макет разрабатывался АО «Торговый дом «Перекресток», ошибку допустил отдел рекламы, когда согласовывали макет с агентством, которое эти листовки должно было печатать. Согласование осуществлялось устно по телефону. Акция шла всего 3 дня.

По мнению Общества, продажа товара по цене ниже заявленной в рекламе не нарушает прав потребителей и отвечает целям Закона о рекламе, а следовательно, в действиях Общества не содержится признаков нарушения п.4 ч.3 ст.5, ч.7 ст.5 Закона о рекламе.

Изучив письменные доказательства по делу, заслушав пояснения и доводы лиц, участвующих в деле, Комиссия пришла к следующим выводам.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, *рекламой* является 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; *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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;
ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Независимо от формы или используемого средства распространения, реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как реклама.

Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

Обозначенная выше рекламная информация, полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», является публичной и направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к товарам, реализуемым в магазине «Перекресток», способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

Как следует из части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. Вместе с тем способ, форма и средства распространения соответствующей информации имеет существенное значение.

Ненадлежащей рекламой согласно подпункту 4 статьи 3 Закона о рекламе является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно п. 4 ч. 3 ст. 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.

Согласно ч. 7 ст. 5 Закона 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 вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 8 октября 2012 г. N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако, при этом он должен соблюдать обязательные требования,

предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Рассматриваемая рекламная листовка содержит информацию о возможности приобретения пельменей «МИРАТОРГ» Домашние свинина-говядина, 800 г. по сниженной цене, указанной на фото, а именно: по 299⁹⁰ так как старая цена 339⁸⁰ была зачеркнута, и кроме того по акции «2 по цене 1».

Из содержания докладной записки следует, что при обращении в магазин «Перекресток» при покупке 2 упаковок пельменей «МИРАТОРГ» цена составила 339, 80 рублей.

В качестве доказательства в материалах дела имеется оригинал рассматриваемой листовки и чек от 22.08.2020г.

Поскольку рассматриваемая реклама о снижении стоимости пельменей «МИРАТОРГ» и акции «2 по цене 1», направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, а именно: снижение цен, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой, а именно: необходимость приобретения товара по старой цене, которая зачеркнута в рекламной листовке.

Указание ниже мелким шрифтом условий покупки, а именно: *«Цена указана за единицу товара при условии покупки 2 шт. одновременно. Цена при покупке 1 шт. – 339, 80 руб»* явно противоречит информации, указанной крупным шрифтом, в связи с чем искажает смысл информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы.

Кроме того, на существенность информации об условиях проведения рассматриваемой акции и введение в заблуждение потребителей указывает поступление докладной записки. Не заметив информацию о том, что *«Цена указана за единицу товара при условии покупки 2 шт. одновременно. Цена при покупке 1 шт. – 339, 80 руб»*, потребитель воспринимает рассматриваемую рекламу таким образом, что он может приобрести пельмени «МИРАТОРГ» «2 по цене 1» стоимостью 299, 90 рублей.

Цена товара является одним из ведущих факторов конкурентной борьбы, в связи с чем указание на конкретную низкую цену товара привлекает внимание потребителей к объекту рекламирования и способно сформировать интерес потребителей к рекламируемому товару.

Учитывая изложенное, заявленная в рассматриваемой рекламе цена пельменей «МИРАТОРГ» 299,90 рублей была занижена и не соответствовала цене приобретения указанного товара в магазине «Перекресток» по акции «2 по цене 1», в связи с несоответствием цены, указанной крупным шрифтом и информации, изложенной ниже мелким шрифтом.

Таким образом, реклама содержит не соответствующие действительности сведения о цене товара, а также в рекламе отсутствует часть существенной информации, о том, что цена при покупке 2 шт. одновременно будет составлять 339,80 рублей, что искажает смысл информации и вводит в заблуждение

потребителей рекламы. Исходя из вышеизложенного, в рассматриваемой рекламе нарушены требования п.4 ч.3 ст.5, ч.7 ст.5 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона «О рекламе», нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства РФ о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством РФ об административных правонарушениях.

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе в данной части в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В данном случае рекламодателем вышеуказанной рекламы является непосредственно продавец товара – АО «Торговый дом «Перекресток».

Следовательно, имеющиеся доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, что нарушение законодательства о рекламе (нарушение п.4 ч.3 ст.5, ч.7 ст.5 Закона о рекламе) в данном случае содержится в действиях лица, являющегося продавцом товара, то есть рекламодателя данной ненадлежащей рекламы – АО «Торговый дом «Перекресток».

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации 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.

Вместе с тем, в материалы дела представлены доказательства прекращения распространения рассматриваемой рекламы (период действия акции с 21 по 24 августа).

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу об отсутствии необходимости в выдаче АО «Торговый дом «Перекресток» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу следующего содержания: «Пельмени МИРАТОРГ Домашние свинина-говядина, 800 г. ~~339⁸⁰~~ 299⁹⁰ 2 по цене 1. Цена указана за единицу товара при условии покупки 2 шт. одновременно. Цена при покупке 1 шт. – 339, 80 руб», размещенную на стр.5 рекламной брошюры магазина «Перекресток» за период с 21 по 24 августа 2020г., ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п.4

ч.3 ст.5, ч.7 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе не выдавать, в связи с отсутствием основания.

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

Решение изготовлено в полном объеме _____ года.

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

Председатель комиссии <...>

<...>

Члены комиссии

<...>