

РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/5-11191/2019

«30» октября 2019 года

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии: <...>а,

членов Комиссии: <...>ой, <...>ой,

рассмотрев дело № 077/05/5-11191/2019, возбужденное в отношении ООО «Каро Фильм Менеджмент» (ОГРН 1057746148910 ИНН 7702552238), относительно распространения 13.08.2019 на адрес электронной почты <...> рекламы следующего содержания: «Кибер среда. Кино по специальной цене при покупке онлайн. Воспользуйтесь специальной скидкой 50% на попкорн и разливной напиток при покупке на karofilm.ru в среду или демонстрации билетов на сеанс в среду, купленных онлайн, в кассе кинобара. Скидки не суммируются», с признаками нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы, 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,

в присутствии представителей ООО «Каро Фильм Менеджмент» в лице <...> (по доверенности № 412/18 от 29.12.2018), <...> (по доверенности № 343/19 от 28.10.2019),

в отсутствие представителей ООО «ИТ Сервис» (уведомлено надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/5-11191/2019 возбуждено в отношении ООО «Каро Фильм Менеджмент» на основании заявления физического лица по факту распространения 13.08.2019 на адрес электронной почты <...> рекламы следующего содержания: «Кибер среда. Кино по специальной цене при покупке онлайн. Воспользуйтесь специальной скидкой 50% на попкорн и разливной напиток при покупке на karofilm.ru в среду или демонстрации билетов на сеанс в среду, купленных онлайн, в кассе кинобара. Скидки не суммируются». В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, 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.

2

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ООО «Каро Фильм Менеджмент» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 03.02.2005 за основным государственным регистрационным номером 1057746148910, ИНН 7702552238, КПП 770401001. Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается

информация, распространяемая 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. Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

В соответствии с документами, представленными ООО «Каро Фильм Менеджмент», рекламная акция распространялась посредством email-сообщений среди 150 000 подписчиков, среди которых был адрес электронной почты заявителя <...>.

Таким образом, рассматриваемая реклама распространялась посредством email-сообщений, а равно была доступна неограниченному кругу лиц-потребителей рекламы.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является товар, средство 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.

В настоящем случае объектом рекламирования является маркетинговая акция.

На основании изложенного рассматриваемая информация является рекламой, что сторонами по делу не оспаривается.

В соответствии с частью 7 статьи 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.

3

В спорной рекламе содержится фраза «Воспользуйтесь специальной скидкой 50% на попкорн и разливной напиток при покупке на karofilm.ru в среду или демонстрации билетов на сеанс в среду, купленных онлайн, в кассе кинобара», из буквального прочтения которой следует, что рекламное объявление содержит в себе информацию о возможности граждан каждую среду получить скидку на указанную продукцию при покупке билетов в кинобаре кинотеатра «КароФильм» либо при демонстрации билетов, приобретенных на интернет-сайте кинотеатра.

Между тем, заявитель указал на то, что в среду 14.08.2019 не смог воспользоваться указанной скидкой в кинобаре кинотеатра Karo Sky 17 Авиапарк (адрес: г. Москва, ул. Ходынский бульвар, д. 4, ТЦ «Авиапарк»), поскольку, как сообщили сотрудники кинобара, такой акции не существует. Согласно представленной ООО «Каро Фильм Менеджмент» информации акция «Кибер среда» проводится только в некоторых кинотеатрах, в число которых кинотеатр Karo Sky 17 Авиапарк не входит, в связи с чем заявитель не смог воспользоваться указанной акцией.

Тем не менее, из текста письма, поступившего на электронную почту заявителя, буквально не следовало условия, что рекламируемое предложение по приобретению билетов распространялось только на некоторые кинотеатры сети. В материалы дела представлены письменные объяснения ООО «Каро Фильм Менеджмент», согласно которым полные условия акции были размещены на официальном сайте кинотеатра, а информация об акциях и мероприятиях, проводимых компанией, не является рекламой в соответствии с письмом ФАС России № АК/45828/15 от 28.08.2015.

В свою очередь Комиссия оценивает заявленный довод критически, поскольку ООО «Каро Фильм Менеджмент» неверно интерпретированы положения информационного письма ФАС России, в котором буквально сказано, что информация об акциях и мероприятиях, проводимых компанией, не является рекламой при ее размещении на сайте производителя или продавца данных товаров или на страницах в социальных сетях производителя или продавца данных товаров. Между тем, рассматриваемая реклама была распространена посредством email-сообщений и ко всему прочему не содержала сведений о наличии каких-либо иных ограничений, кроме как дня недели (среды), в который данная акция действовала. В связи с чем, после ознакомления с рекламной информацией в тексте электронного письма у потребителя отсутствовали основания полагать, что у него есть необходимость в получении иной дополнительной информации, которая могла быть размещена на официальном сайте кинотеатра.

Приводя подобные доводы,

ООО «Каро Фильм Менеджмент»

намеревается переложить свою обязанность по доведению полной и достоверной информации в рекламе на заявителя и фактически ставит потребителя рекламы в положение, когда получатель рекламы должен самостоятельно предположить, что помимо указанных в рекламе ограничений

4

действий акции, есть иные условия, соблюдение которых обязательно, и совершить ряд дополнительных действий по их получению. Подобный подход полностью противоречит требованиям Закона о рекламе, в том числе положениям статьи 5 Закона о рекламе, и не имеет под собой правовых оснований.

Таким образом, распространенная на адрес электронной почты <...> реклама: «Кибер среда. Кино по специальной цене при покупке онлайн. Воспользуйтесь специальной скидкой 50% на попкорн и разливной напиток при покупке на karofilm.ru в среду или демонстрации билетов на сеанс в среду, купленных онлайн, в кассе кинобара. Скидки не суммируются» вводит потребителя в заблуждение относительно условий проводимой маркетинговой акции и содержит признаки нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, 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, при распространении спорной рекламы установлено нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара, либо иное определившее объект

рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с представленными сведениями, рассматриваемая реклама распространялась на основании договора возмездного оказания услуг e-mail маркетинга № 479572 от 24.06.2019, заключенного между ООО «Каро Фильм Менеджмент» и ООО «ИТ Сервис».

Установлено, что рассматриваемая реклама была инициирована ООО «Каро Фильм Менеджмент», направлена с адреса электронной почты digital@karofilm.ru, принадлежащего ООО «Каро Фильм Менеджмент», что сторонами по делу не оспаривается.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России, в действиях ООО «Каро Фильм Менеджмент» при распространении рекламы посредством email-сообщений, установлено нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе. 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. Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения

5

ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Каро Фильм Менеджмент» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, ООО «ИТ Сервис» о прекращении распространения рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе. Руководствуясь пунктом 2 части 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, Комиссия РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Каро Фильм Менеджмент» нарушившим требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе при распространении 13.08.2019 на адрес электронной почты <...> рекламы следующего содержания: «Кибер среда. Кино

по специальной цене при покупке онлайн. Воспользуйтесь специальной скидкой 50% на попокрн и разливной напиток при покупке на karofilm.ru в среду или демонстрации билетов на сеанс в среду, купленных онлайн, в кассе кинобара. Скидки не суммируются», в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, что привело к искажению смысла информации и ввело в заблуждение потребителей рекламы.

2. Выдать

ООО «Каро Фильм Менеджмент»

предписание

о

прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать

ООО «ИТ Сервис»

предписание

о прекращении

распространения рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе.

6

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>а

<...>а