

ООО «ИКЕА Сентерс Рус Оперэйшн»

Ленинградская ул.,

вд. 39, стр. 5,

г. Химки, Московская обл., 141400

pressa.ru@ikea.com

РЕШЕНИЕ

по делу № 3-5-113/77-17

27 июня 2017 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 – <...>,

членов Комиссии – <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3-5-113/77-17, возбужденное в отношении ООО «ИКЕА Сентерс Рус Оперэйшн» (ОГРН 1155047012009, ИНН 5047175485) по факту распространения с 01.07.2016 по 01.08.2016 в торгово-развлекательном центре «МЕГА Теплый Стан», расположенном по адресу: г. Москва, пос. Сосенское, Калужское ш., 21-й км, рекламы акции «Напиток в подарок», 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, когда при этом

искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы,

в присутствии представителя ООО «ИКЕА Сентерс Рус Оперэйшн» в лице <...> (по доверенности № <...> от <...>),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-113/77-17 возбуждено в отношении ООО «ИКЕА Сентерс Рус Оперэйшн» на основании заявления физического лица, в результате рассмотрения которого установлен факт распространения с 01.07.2016 по 01.08.2016 в торгово-развлекательном центре «МЕГА Теплый Стан», расположенном по адресу: г. Москва, пос. Сосенское, Калужское ш., 21-й км, рекламы акции «Напиток в подарок».

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителя ООО «ИКЕА Сентерс Рус Оперэйшн», оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ООО «ИКЕА Сентерс Рус Оперэйшн» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 12.10.2015 за основным государственным регистрационным номером 1155047012009, ИНН 5047175485, КПП 504701001.

В соответствии с пунктом 1 статьи 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.

В соответствии с пунктом 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Таким образом, для признания спорной информации рекламой такая информация должна отвечать определенным признакам, а именно: быть распространенной; адресованной неопределенному кругу лиц; направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему; направленной на продвижение объекта рекламирования на рынке.

Спорная реклама содержала следующие сведения: *«Напиток в подарок при покупке в МЕГЕ ОТ 1000 р. MEGA.RU»*.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что в настоящем случае привлекалось внимание к услуге, реализуемой в торгово-развлекательном центре «Мега Теплый Стан», посредством предложения воспользоваться купоном, который выдается при покупке от 1000 рублей, и получить напиток в подарок в одном из ресторанов, которые указаны в листовке.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания потребителя, в том числе посредством возможности воспользоваться бесплатной услугой.

Резюмируя изложенное, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рассматриваемая реклама в торговом-развлекательном центре «Мега Теплый Стан» была распространена и адресована неопределенному кругу лиц-потребителей рекламы. Данный вывод лицом, участвующим в деле, не оспаривается.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе под объектом рекламирования понимается 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.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация распространялась неопределенному кругу лиц, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Таким образом, рассматриваемая реклама должна соответствовать требованиям Закона о рекламе.

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.

Данная норма права запрещает вводить потребителей в заблуждение посредством искажения смысла рекламной информации ввиду отсутствия части существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования.

Таким образом, норма части 7 статьи 5 Закона о рекламе запрещает в рекламе умалчивать или доводить ненадлежащим образом информацию, которая, будучи однозначно сообщенной, изменила бы созданное рекламой представление потребителей о товаре, об условиях его приобретения или использования.

Отсутствие в рекламе какой-либо части информации о товаре (услуге) приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым товаром (услугой).

В соответствии с пунктом 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 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.

Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей

рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования.

В настоящем случае основной рекламный макет является ярким, привлекающим к себе внимание, текст в нем выполнен крупным, хорошо читаемым контрастным шрифтом, размещенном на ярком фоне, в результате чего внимание потребителей рекламы привлекается именно к данной части рекламы.

Реклама распространялась в торгово-развлекательном центре, расположенном на территории г. Москвы. Информации об иных местах распространения рассматриваемой рекламы, в том числе на территории других субъектов Российской Федерации, в материалы дела не представлено.

Рассматриваемая реклама содержала в себе сведения о том, что при суммарной покупке в торгово-развлекательном центре «МЕГА Теплый Стан» на сумму 1000 рублей можно получить в подарок напиток в одном из ресторанов, которые указаны в листовке.

При этом, согласно изложенной в заявлении информации, для получения в подарок напитка в одном из указанных в рекламе ресторанов необходимо было представить купон, а не рекламную листовку. В рассматриваемой листовке информация о получении дополнительного купона и иных условиях участия отсутствует. Кроме того изображение напитка в рекламе не соответствовало реальному предоставляемому подарку.

В соответствии с правилами акции «Напиток в подарок», представленной ООО «ИКЕА Сентерс Рус Оперэйшн», условия участия посетителей в акции были следующие:

- посетитель, совершивший покупки в течение одного дня на сумму 1000 рублей получает купон на напиток в одном из ресторанов — участников маркетинговой активности;
- купон можно предъявить в ресторане, название которого указано на купоне, в период с 01.07.2016 по 01.08.2016;
- посетитель имеет право получить один напиток в обмен на один купон во время визита. Количество купонов ограничено.

Однако, данные существенные условия, соблюдение которых необходимо для участия в акции, в рекламе не отражены, также как и отсутствует какая-либо ссылка на источник информации и правил акции.

Таким образом, сам рекламный макет не содержит в себе сведений о получении дополнительного купона, отличия напитков, а следовательно производит на лиц-потребителей рекламы впечатление о том, что дополнительных действий для получения услуги не требуется.

Между тем воспользоваться указанной акцией, ограничившись вышеуказанными действиями, в том виде, в каком ее условия и вознаграждение следуют из рекламы, невозможно.

Подобные способ и форма изложения информации в рекламе приводят к созданию у лиц-потребителей рекламы ложного представления о характере акции, необходимых действиях для участия в

данной акции и об условиях приобретения подарка.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий не позволяет потребителю рекламы воспринимать данные сведения в силу способа их изложения, а также их содержания.

Все вышеприведенные обстоятельства позволяют сделать вывод о том, что ООО «ИКЕА Сентерс Рус Оперэйшн» проявило недобросовестность при определении содержания рекламы, что привело к искажению смысла рекламы и ввело в заблуждение ее потребителей.

Таким образом, в спорной 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.

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

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламоателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно письменным пояснениям ООО «ИКЕА Сентерс Рус Оперэйшн», между ООО «ИКЕА МОС (Торговля и Недвижимость)» и ООО «ИКЕА Сентерс Рус Оперэйшн» заключен договор управления комплексом № 8995-2015 от 01.11.2016, по условиям которого выполнение работ и оказание услуг по поддержанию ежедневного функционирования торгового центра «МЕГА Теплый Стан», в том числе рекламная деятельность, отнесены к компетенции ООО «ИКЕА Сентерс Рус Оперэйшн».

На основании изложенного и учитывая то обстоятельство, что размещение спорной рекламы в торгово-развлекательном центре «МЕГА Теплый Стан» осуществлялось ООО «ИКЕА Сентерс Рус Оперэйшн», Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламоателем спорной рекламы является ООО «ИКЕА Сентерс Рус Оперэйшн», что подтверждается материалами дела и ООО «ИКЕА Сентерс Рус Оперэйшн» не оспаривается.

На основании изложенного, при распространении указанной рекламной акции, проводимой в торгово-развлекательном центре «МЕГА Теплый Стан», 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.

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 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 «ИКЕА Сентерс Рус Оперэйшн» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, недопущении распространения рекламы с нарушением законодательства 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 Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «ИКЕА Сентерс Рус Оперэйшн» (ОГРН 1155047012009, ИНН 5047175485) нарушившим требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе при распространении с 01.07.2016 по 01.08.2016 в торговом-развлекательном центре «МЕГА Теплый Стан», расположенном по адресу: г. Москва, пос. Сосенское, Калужское ш., 21-й км, рекламы акции «Напиток в подарок».
2. Выдать ООО «ИКЕА Сентерс Рус Оперэйшн» (ОГРН 1155047012009, ИНН 5047175485) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, недопущении распространения рекламы с нарушением законодательства о рекламе.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

<...>

Исполнитель: <...>