

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 28
о наложении штрафа по делу № 04-5/33
об административном правонарушении

05 июля 2017 года

г. Хабаровск

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 25 мая 2017 года и материалы дела № 04-5/33, возбужденного в отношении ООО «Янтарь» (ИНН 2724163229, КПП 272301001, место нахождения: 680051, г. Хабаровск, ул. Суворова, д. 25, каб. 110, дата регистрации в качестве юр. лица – 03.05.2012 г.), в связи с распространением рекламы с нарушением требований части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе», в отсутствие представителя ООО «Янтарь», надлежащим образом извещенного о месте, дате и времени рассмотрения административного дела,

УСТАНОВИЛА:

На рассмотрении Хабаровского УФАС России находится заявление (№ 4/237 от 12.01.2017 года) о нарушении рекламного законодательства при распространении недостоверной рекламы акции «Скидка по купону» гипермаркета «Самбери». Как следует из текста заявления, заявительница приобрела товар в гипермаркете «Сам-бери», находящегося в г. Хабаровске в ТЦ «Южный парк», и получила от кассира купон следующего содержания: «Уважаемый покупатель! Ваше персональное предложение. Молочные продукты. Размер скидки -40%. Товар, участвующий в акции отмечен на полке специальным ценником «Скидка по купону». Период действия скидки: 10.01.17-31.01.17. Предложение ограничено. Информация об организации акции, о правилах ее проведения, количестве призов, сроках, месте и порядке их получения уточняйте на сайте www.samberi.com и по телефону 8-800-100-99-48 (звонок бесплатный)».

Заявительница решила воспользоваться рекламным предложением, однако в гипермаркете «Самбери» ей пояснили, что приобрести со скидкой по купону можно только одну единицу товара, в данном случае – одну бутылку питьевого йогурта.

Информация об ограничении приобретения товара по льготным ценам является существенной для потребителя.

Существенной является не только информация привлекательная для потребителей, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы, отсутствие каких-либо сведений, в том числе и доступных, о полных условиях акции, может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламным предложением.

Отношения в сфере рекламы должны строиться на принципах добросовестной конкуренции и достоверности сообщаемых сведений о товарах и услугах, поскольку только достоверная информация о товарах и услугах позволяет потребителю сделать правильный выбор. Реклама не должна вводить потребителя в заблуждение, формируя у него неправильное представление о предлагаемых товарах, услугах, их цене, скидках, потребительских свойствах.

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

допускаются.

Частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что 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.

В нарушение данной нормы реклама не содержит сведений о том, что рекламное предложение действует только на одну единицу товара. Отсутствие данной информации лишает потребителя возможности получения информации в полном объеме и вводит в заблуждение лиц, желающих приобрести товар со скидкой по купону на молочную продукцию в гипермаркете «Самбери» без ограничений.

Исходя из анализа приведенной нормы, целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, способных вызвать у него правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования. Недостаточная информированность потребителя обо всех условиях рекламируемого товара (услуги), имеющая место в силу недобросовестного поведения организации, предоставляющей услуги или реализующей товар, приведет к неоправданным ожиданиям названного лица, прежде всего, в отношении сделки, которую он намерен заключить.

Введение в заблуждение представляет собой создание об объекте рекламирования впечатления, которое на самом деле не соответствует его реальным качествам и характеристикам.

Закон не предъявляет требования указать всю информацию, но обязывает формировать у потребителя правильное (достоверное) восприятие о соответствующей продукции.

Из пункта 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона о рекламе» следует, что рекламодаделец вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

В соответствии с пунктом 1.1 договора на оказание услуг по продвижению товаров от 19.12.2016 г., исполнитель (ООО «Янтарь») обязуется по заданию Заказчика (ООО «Блюм») совершать в отношении товаров, определенные действия, направленные на их продвижение, а заказчик обязуется оплатить эти услуги.

Под продвижением товаров в данном договоре понимаются услуги (разовые или систематические) рекламного и маркетингового характера, направленные на распространение информации среди неопределенного круга лиц с целью привлечения внимания потребителей к товарам, их производителям и поставщику, формирование или поддержание интереса к ним и т.п.

Согласно пункту 1.3.1. договора б/н на оказание услуг по продвижению товаром от 19.12.2016 г., ООО «Блюм» обязано представить соответствующую информацию и материалы об ООО «Янтарь» с целью оказания услуг, а ООО «Янтарь» обязуется их использовать в порядке и на условиях, определенных договором и приложениями к нему.

Информационными материалами будет являться различная информация экономического характера о Заказчике (ООО «Блюм») (пункт 1.4 договора).

Однако информации о том, что акция проводится в интересах и за счет ООО «Блюм» во всех рекламных материалах отсутствует.

Также согласно пункту 1.6 договора ООО «Янтарь» действует исключительно от

своего имени и за свой счет, за исключением тех случаев, когда заказчик наделит исполнителя соответствующими полномочиями действовать от имени и/или за счет заказчика.

Согласно части 1 статьи 1005 ГК РФ по сделке, совершенной агентом с третьим лицом от своего имени и за счет принципала, приобретает права и становится обязанным агент, хотя бы принципал и был назван в сделке или вступил с третьим лицом в непосредственные отношения по исполнению сделки.

В соответствии с приложением № 1 к договору ООО «Янтарь» предоставляет ООО «Блюм» возможность размещения рекламных и информационных сообщений ООО «Блюм» или взаимодействующих с ним третьих лиц на кассовых (чековых) лентах, используемых ООО «Янтарь» в контрольно-кассовой технике.

В соответствии с пунктом 1.2. договора текст рекламных и информационных сообщений размещается ООО «Янтарь» исключительно на оборотной стороне кассовой (чековой ленты). Однако информация о скидке распространялась на отдельном купоне.

Таким образом, ответственность по данному договору несет ООО «Янтарь», так как выполняет по поручению ООО «Блюм» юридические и иные действия от своего имени.

Кроме того, Комиссией Хабаровского УФАС России по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе установлено, что ООО «Янтарь» представляло в антимонопольный орган пояснения (вх. № 4/2883 от 28.02.2017 года) в рамках проведения проверки (приказ № 76 от 07.02.2017 г.), где запрашивался перечень поставщиков продовольственных товаров, осуществляющих ООО «Янтарь» поставки продовольственных товаров в 2016 году и истекшем периоде 2017 года (включая молочные, кисло-молочные продукты).

ООО «Янтарь» указало, что поставка продовольственных товаров в адрес ООО «Ян-тарь» осуществляется только поставщиком ООО «Невада-Восток» в рамках договора поставки № 09 от 28.12.2012 г.

ООО «Янтарь» является продавцом товара, в отношении которого действовала акция «Скидка по купону», т.е. заинтересованным в продвижении товара лицом. Исходя из копии купона от 21.12.2016 г., представленного заявителем, ООО «Янтарь» предлагает покупателю воспользоваться персональным предложением, а именно: получить скидку 40% на молочные продукты.

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

Так как товар реализуется ООО «Янтарь» и акция направлена на продвижение его товара, то рекламодателем является ООО «Янтарь».

В силу части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 7 статьи 5 несет рекламодатель.

Установлено, что рекламодателем является ООО «Янтарь» (ИНН 2724163229, место нахождения: 680051, г. Хабаровск, ул. Суворова, д. 25, каб. 110).

Данный факт подтверждается информацией, размещенной на купоне: «ОП ООО «Ян-тарь», КПП 272345001, ЗВД N: 19724, ИНН: 2724163229...».

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламораспространителем законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) влечет наложение административного штрафа.

Руководствуясь статьей 33 Федерального закона «О рекламе», частью 1 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об

административных правона-рушениях,
ПОСТАНОВИЛА:

1. Признать ООО «Янтарь» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3. КоАП РФ.
2. Применить к ООО «Янтарь» меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 100 000 (сто тысяч) рублей. Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, за исключением случая, предусмотренного частью 1.1 настоящей статьи, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Сумма штрафа, уплаченная за нарушение законодательства о рекламе, зачисляется в бюджет:

получатель УФК по Хабаровскому краю (Хабаровское УФАС России), р/с 40101810300000010001, отделение Хабаровска, г. Хабаровска, БИК 040813001, ИНН 2721023142, КПП 272101001, код 161 11626000016000140, ОКТМО 08701000001.

В соответствии с частью 5 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, по истечении шестидесяти дней со срока, указанного в части 1 статьи 32.2 Кодекса, должностное лицо, вынесшее постановление, направляет соответствующие материалы судебному приставу-исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф. Копия протокола об административном правонарушении направляется судьбе в течение трех дней со дня составления указанного протокола.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.