

РЕШЕНИЕ

по делу № 043/05/5-107/2022

г. Киров

Резолютивная часть решения оглашена 10 марта 2022 года.

В полном объеме решение изготовлено 24 марта 2022 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председателя Комиссии:

"..." – руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области;

Членов Комиссии:

"..." – начальника отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области,

"..." – ведущего специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области,

рассмотрев материалы дела № 043/05/5-107/2022, возбужденного по признакам нарушения ООО «Алькор и Ко» п. 4 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), по факту распространения рекламного купона «1000 рублей», выдаваемого с 15 по 30 ноября 2021 г. при любой покупке в магазинах сети «Л'Этуаль», а именно в ТРЦ «Jam Молл» в г. Кирове,

в отсутствие:

заявителя – "...",

представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, – ООО «Алькор и Ко» (далее – Общество) (ИНН: 7729265128, ОГРН: 1027739498324; юридический адрес: 119261 г. Москва, Ленинский проспект д. 72/2; фактический адрес: 117452 г. Москва, Симферопольский б-р, д. 28 стр. 2),

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило заявление физического лица от 10.12.2021 (вх. № 7835 от 13.12.2021) по

вопросу распространения рекламного купона «1000 рублей», выдаваемого с 15 по 30 ноября 2021 г. при любой покупке в магазинах сети «Л'Этуаль» (ООО «Алькор и Ко»), а именно в ТРЦ «Jam Молл» в г. Кирове, с указанием не соответствующих действительности сведений о стоимости или цене товара и размере скидки в нарушение, по мнению заявителя, Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Письмом от 07.02.2022 исх. № 08/8653/22 (вх. № 728 от 08.02.2022) ФАС России наделила Кировское УФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в г. Кирове рекламного купона «1000 рублей Л'Этуаль», содержащей признаки нарушения п. 4 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» в отношении ООО «Алькор и Ко».

Определением от 11.02.2022 было возбуждено дело № 043/05/5-107/2022 в отношении ООО «Алькор и Ко» по признакам нарушения п. 4 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе». Рассмотрение дела назначено на 10.03.2022 г.

Заявитель – "...", надлежащим образом уведомленная о дате, времени и месте рассмотрения дела № 043/05/5-107/2022, не явилась, письмом от 01.03.2022 (вх. № 1156 от 01.03.2022) заявила ходатайство о рассмотрении дела в свое отсутствие.

Ответчик – ООО «Алькор и Ко», надлежащим образом уведомленный о дате, времени и месте рассмотрения дела № 043/05/5-107/2022, представителя не направил, письмом от 22.02.2022 исх. № 22-02/1 (вх. № 1103 от 25.02.2022) представил пояснения и запрошенные документы.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, изучив материалы дела, пришла к следующим выводам.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», реклама – 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 письме ФАС России от 20.02.2018 N АД/ 11383/18 «Разъяснение по рынку рекламных услуг и рынку средств массовой информации» разъяснено следующее:

«Средства распространения рекламы различны: радио, телевидение, пресса, транспорт, сети электросвязи, реклама на почтовых отправлениях, средства наружной рекламы и информации.

При этом цель размещения рекламы одна - привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

С появлением цифрового формата с технической точки зрения все рекламные средства стали легко взаимозаменяемыми по отношению друг к другу. Как правило, заказчики рекламы имеют широкие возможности перераспределения бюджета между различными рекламными средствами в рамках одной рекламной

кампании.

Вместе с тем, помимо прямой рекламы (телевидение, радио, пресса, наружная реклама, Интернет), для достижения контакта с потребителями активно используются другие средства маркетинга (BTL-реклама в месте продаж, бизнес-центрах, аэропортах и других местах массового пребывания потребителей товаров)».

Согласно п. 2 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», объект рекламирования – это 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.

В соответствии с п. 3 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Как указано в постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 N 4-П, реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации.

Соответственно, экономической целью размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), является продвижение и продажа товара (работ, услуг) конечному потребителю. Поэтому 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.

Информация «1000 Л'Этуаль» (сторона 1 рекламного купона), «1000 в подарок. Организатор акции: ООО Алькор и Ко. Купон выдается при любой покупке в период с 15.11.2021 по 30.11.21 в магазинах согласно перечня на сайте letu.ru. Воспользоваться купоном можно в период с 01.12.21 по 14.12.21. При покупке от 3500 рублей. Для получения скидки по акции необходимо предъявление рекламного купона. После предъявления купон изымается продавцом-консультантом. Купон действует на все товары, кроме списка ограничений. Количество и ассортимент аукционного товара ограничены. Выдача денежных средств по данному купону не производится. В одном чеке не может быть использовано более одного купона. Подробные условия акции и правила; список товаров, на которые не распространяется акция; список магазинов, участвующих в акции, на www.letu.ru и по телефону горячей линии 8-800-200-23-45 (звонок по России бесплатный) (сторона 2 рекламного купона) содержит все юридически значимые признаки рекламы:

- распространена посредством рекламного купона, выдаваемого в магазинах сети «Л'Этуаль» (BTL-реклама в месте продаж);

- адресована неопределенному кругу лиц, т.е. тем лицам, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – магазинам сети «Л'Этуаль» и реализуемым в них товарам.

В соответствии с ч. 1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно п. 4 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения, в том числе о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о рекламируемом и предлагаемом товаре.

Вся необходимая информация должна доводиться до потребителя непосредственно в рекламе для того, чтобы обеспечить возможность с ней ознакомиться, так как она может существенно повлиять на его выбор.

Поскольку реклама должна быть распознаваема как реклама непосредственно в момент ее представления независимо от формы и используемых средств, без специальных знаний и без применения технических средств, реклама должна быть четко, ясно доведена до потребителей и восприниматься им однозначно.

Как указывает "...", чтобы воспользоваться указанным рекламным купоном, она решила приобрести товар арт. 4601364065672 (шампунь) на сумму 599,50 руб. и товар арт. 3274870303159 (туалетная мужская вода) на сумму 3574,45 руб. (цена, указанная на ценнике с учетом скидки 45%, цена без скидки – 6499 руб.). Товар арт. 3274870303159 (туалетная мужская вода) не указан в списке ограничений согласно условиям проведения акции «1000 в подарок».

По мнению заявителя, с учетом вышеуказанных условий рекламного купона цена покупки товара арт. 3274870303159 (туалетная мужская вода), соответствующего условиям акции, должна была составить 2574,45 руб. Вместе с тем, согласно кассовому чеку 100087143 от 09.12.2021 цена указанного товара составила 3024,45 руб. Как объяснил сотрудник магазина сети «Л'Этуаль» заявителю, к товару со скидкой 45% рекламный купон применяется следующим образом: от первоначальной цены, указанной на ценнике (6499 руб.), вычитается скидка 1000 рублей, а потом применяется 45% скидка.

При этом исходя из вышеприведенного содержания рекламного купона, в котором содержатся условия, позволяющие воспользоваться скидкой в размере 1000 рублей («1000 в подарок», «в период с 01.12.21 по 14.12.21», «при покупке от 3500 рублей», «необходимо предъявление рекламного купона», «купон действует на все товары, кроме списка ограничений», «количество и ассортимент аукционного товара ограничены», «выдача денежных средств не производится», «в одном чеке не может быть использовано более одного купона»), не следует порядок определения скидки в размере 1000 рублей, который был применен при покупке вышеуказанного товара заявителем (путем вычета скидки 1000 рублей от первоначальной цены на товар и последующим применением скидки, указанной на ценнике).

Исходя из информации, содержащейся в рекламном купоне, стоимость товара арт. 3274870303159 (туалетная мужская вода) после предъявления купона должна составлять 2574,45 руб. (сумма исходя из цены 3574,45 руб., указанной на ценнике с учетом скидки 45%, за вычетом скидки по рекламному купону).

Довод ООО «Алькор и Ко» относительно возможности ознакомления клиентов со всеми условиями проведения акции на официальном сайте по адресу: <https://www.letu.ru/promo/10430001> в рассматриваемом деле не имеет правового значения, поскольку в настоящем деле оценке подлежит сама реклама, которая воспринимается потребителем в том виде и объеме информации, которую рекламодатель счел необходимым довести до потребителя.

При этом оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями (Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 8 октября 2012 г. N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»).

При таких обстоятельствах, информация, указанная в рекламном купоне «Л'Этуаль» «1000 рублей» является недостоверной рекламой, так как содержит не соответствующие действительности сведения, в том числе об условиях приобретения товара в магазинах сети «Л'Этуаль», что является нарушением п. 4 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований законодательства РФ о рекламе по п. 4 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Под рекламодателем согласно п. 5 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» понимается изготовитель или продавец товара либо иное лицо определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Исходя из имеющихся в материалах дела документов, рекламодателем спорной рекламы является ООО «Алькор и Ко» (ИНН: 7729265128, ОГРН: 1027739498324), которое несет ответственность за нарушение требований п. 4 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Порядок выдачи антимонопольным органом предписаний о прекращении нарушения требований законодательства Российской Федерации о рекламе установлен Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 (далее – Правила).

Согласно пункту 44 Правил при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу, обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Поскольку на момент вынесения решения спорный рекламный купон не распространяется, Комиссия Кировского УФАС России решила не выдавать ООО «Алькор и Ко» (ИНН: 7729265128, ОГРН: 1027739498324) предписание о прекращении

нарушения рекламного законодательства.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ООО «Алькор и Ко» (ИНН: 7729265128, ОГРН: 1027739498324) и его должностного лица.

Руководствуясь статьями 3, 5, 33, 36, 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 – 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия Кировского УФАС России