

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА  
УПРАВЛЕНИЕ ПО УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Спасская ул., д. 8, г. Ульяновск, 432970, ГСП, тел.: 41-32-03  
www.ulyanovsk.fas.gov.ru, to73@fas.gov.ru

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 10761/05-2014

19.05.2014

г. Ульяновск

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

рассмотрев дело № 10761/05-2014 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения на внешней витрине бутика «ARZOLI» в «Центральном универмаге» (г. Ульяновск) рекламы о предоставлении скидок в размере 50%, содержащей признаки нарушения п. 4 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии представителей:

заявителя - <Ч...>, зарегистрированной по адресу: <...>, - не явилась, в материалах дела отсутствует документальное подтверждение извещения заявителя о месте и времени рассмотрения дела,

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, - индивидуального предпринимателя Гафиятовой А.Ф. (далее - ИП Гафиятова А.Ф.), зарегистрированной по адресу: <...>, - <К...> (доверенность от 15.04.2014, паспорт <...> <К...> (доверенность от 15.04.2014, паспорт),

заинтересованного лица - общества с ограниченной ответственностью «Центральный универмаг» (далее - ООО «ЦУМ»), расположенного по адресу: 432017, г. Ульяновск, ул. Гончарова, д. 21, - не явился, о месте и времени рассмотрения дела общество извещено надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

По обращению <Ч...> от 15.01.2014 Ульяновским УФАС России определением от 17.03.2014 по факту распространения на внешней витрине бутика «ARZOLI» в «Центральном универмаге» (г. Ульяновск) рекламы о предоставлении скидок в размере 50% возбуждено дело № 10761/05-2014 по признакам нарушения п. 4 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе». К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечена ИП Г., в качестве заинтересованного лица - ООО «ЦУМ». Рассмотрение дела назначено на 16.04.2014.

Присутствовавшая на рассмотрении дела № 10761/05-2014 16.04.2014 <Ч...>, которая оформила письменное согласие на разглашение своих персональных данных в ходе рассмотрения указанного дела (вх. № 3154 от 16.04.2014), поддержала доводы, изложенные в обращении от 15.01.2014. Дополнительно сообщила, что реклама о предоставлении скидок в размере 50% вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку по факту скидки предоставляются в размере до 50%.

Представителями ИП Г. на заседании Комиссии 16.04.2014, а также в письменных пояснениях предпринимателя по делу (исх. № 78 от 09.04.2014, вх. № 3154 от 16.04.2014) сообщено, что в период с 31.12.2013 по 31.01.2014 в магазине «ARZOLI» проходила акция, в рамках которой реализация товаров осуществлялась со скидкой до 50%. Указанная реклама по согласованному с ИП Г. дизайн-макету была изготовлена обществом с ограниченной ответственностью «Рекламно-полиграфическая компания «Омега» (далее - ООО «Рекламно-полиграфическая компания «Омега») и размещена на внешних витринах магазинов «ARZOLI», расположенных также в г. Уфе Республики Башкортостан и в г. Казани Республики Татарстан. На представленных макетах слово «до» указано. Однако по какой причине на имеющихся в материалах дела № 10761/05-2014 фотоснимках витрины магазина, расположенного в г. Ульяновске, слово «до» отсутствует, представители ИП Гафиятовой А.Ф. пояснить затруднились. Скидка в размере 50% предоставлялась лишь на некоторые модели обуви. На обувь, которую намерена была приобрести <Ч...>, скидка предоставлялась в размере 20%.

В письменных пояснениях ООО «ЦУМ» (исх. б/н от 10.04.2014, вх. № 2900 от 10.04.2014), а также представителем общества на рассмотрении дела 16.04.2014 сообщено, что ИП Г. арендует у ООО «ЦУМ» помещение (бутик «ARZOLI») на основании договора аренды недвижимого имущества № 11 от 16.10.2013. Согласно указанному договору арендатор самостоятельно и за свой счёт осуществляет размещение всех вывесок, указателей и рекламных конструкций, относящихся к его помещению. Согласование содержания размещаемой в помещении информации между арендатором и арендодателем не предусмотрено. Таким образом, ООО «ЦУМ» не несёт ответственность за содержание рекламы, размещаемой его арендаторами, в данном случае, ИП Гафиятовой А.Ф.

Определением от 16.04.2014 срок рассмотрения дела продлён до 17.06.2014 с целью привлечения к участию в рассмотрении дела в качестве заявителя <Ч...>, а также для получения дополнительных доказательств по делу. Рассмотрение дела отложено и назначено на 19.05.2014.

<Ч...> на заседание Комиссии 19.05.2014 не явилась. В материалах дела отсутствует документальное подтверждение извещения заявителя о месте и времени рассмотрения дела - заказное письмо № 43206873640205, направленное по адресу регистрации <Ч...> (<...>), вернулось в Ульяновской УФАС России с пометкой отделения почтовой связи «Истёк срок хранения» (ранее заявитель по указанному адресу получала процессуальные документы по настоящему делу).

Представителями ИП Г на рассмотрении дела 19.05.2014, а также в дополнительных письменных пояснениях предпринимателя по делу (исх. № 87 от 19.05.2014) сообщено, что в период с 31.12.2013 по 31.01.2014 в магазине «ARZOLI» проходила акция, по которой со скидкой 50% осуществлялась реализация сумок. Информация о данной акции и была размещена на внешней витрине бутика. На обувь указанная скидка не распространялась, поэтому заявителю при покупке обуви в её получении и было отказано. Информация о предоставлении скидки на сумки была указана в приказе ИП Г № 5 от 01.12.2013, который был размещён на кассовой зоне. Каждый покупатель с данным приказом мог ознакомиться в любое время при необходимости. Вместе с тем, факт неуказания в рассматриваемой рекламе существенной информации о предоставлении скидок не на весь ассортимент товара представители ИП Г. признали, сообщив, что нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе произошло неумышленно.

Представитель ООО «ЦУМ» на заседание Комиссии 19.05.2014 не явился, о месте и времени рассмотрения дела общество извещено надлежащим образом. ООО

«ЦУМ» по факсу представлены письменные пояснения (исх. б/н от 19.05.2014, вх. № 4146 от 19.05.2014), аналогичные ранее представленным, а также заявлено ходатайство о рассмотрении дела № 10761/05-2014 в отсутствие представителя общества.

Исследовав материалы дела № 10761/05-2014, заслушав пояснения представителей лиц, участвующих в деле, Комиссия приходит к выводу о необходимости признать рекламу о предоставлении скидок в размере 50%, распространённую на внешней витрине бутика «ARZOLI» в «Центральном универмаге» (г. Ульяновск), ненадлежащей. При этом Комиссия исходит из следующего.

В Ульяновское УФАС России поступило обращение <Ч...> о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (вх. № 10/ог от 16.01.2014). В обращении указано, что заявитель, увидев яркую рекламу о реализации в бутике «ARZOLI», расположенном в «Центральном универмаге» (г. Ульяновск), товаров со скидкой 50%, решила приобрести зимние ботинки. Однако заведующая магазином отказалась продать <Ч...> обувь с заявленной в рекламе скидкой. Более того, заявителем на фотоаппарат зафиксировано несколько ценников в бутике «ARZOLI», из которых явно следует, что скидка на реализуемые в бутике товары составляет не более 20%.

К обращению <Ч...> приложены фотоснимки рекламы о предоставлении пятидесятипроцентных скидок в бутике «ARZOLI», а также нескольких ценников.

Лицом, осуществляющим предпринимательскую деятельность в магазине «ARZOLI», является ИП Гафиятова А.Ф. (ИНН 161402609765, ОГРНИП 309169030700010).

В соответствии с п.п. 1, 2 и 3 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому 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.

В силу п.п. 1, 2 и 3 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» информация о предоставлении скидок в размере 50%, размещённая на внешней витрине магазина «ARZOLI» в «Центральном универмаге» (г. Ульяновск), является рекламой, поскольку направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования - магазину «ARZOLI» и товарам, в нём реализуемым со скидкой.

Согласно п. 4 ч. 3 ст. 5 Федерального 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.

Вместе с тем, из обращения <Ч...> следует, что в рассматриваемой рекламе содержатся не соответствующие действительности сведения о предоставлении в магазине «ARZOLI», расположенном в «Центральном универмаге» (г. Ульяновск), скидок в размере 50% на реализуемый в магазине товар. Имеющимися в материалах дела № 10761/05-2014 приказом ИП Г.№ 5 от 01.12.2013 и номенклатурами №№ 2688 - 2690 от 31.12.2013 подтверждено, что скидки на реализуемый предпринимателем товар составляли от 20% до 50%.

В соответствии с ч. 7 ст. 5 Федерального 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.

Из материалов дела № 10761/05-2014 следует, что скидка в размере 50% предоставлялась лишь при приобретении сумок. На остальной товар скидка варьировалась в диапазоне от 20% до 50%, что явно способствовало введению потребителей в заблуждение (подтверждением данного вывода является обращение <Ч...>), поскольку из смысла приведённой в рекламе информации следует, что скидка в размере 50% предоставлялась на весь товар, реализуемый в бутике «ARZOLI».

Согласно п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ч. 3 и ч. 7 ст. 5 указанного Федерального закона, несёт рекламодатель.

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

В ходе рассмотрения дела № 10761/05-2014 установлено, что реклама о предоставлении скидок в размере 50%, распространённая на внешней витрине бутика «ARZOLI» в «Центральном универмаге» (г. Ульяновск), была изготовлена по макету ИП Г.ООО «Рекламно-полиграфическая компания «Омега» по договору № 6 от 06.12.2013. Расклейка рекламы на витрине магазина «ARZOLI» осуществлялась сотрудниками магазина.

Соответственно, рекламодателем в данном случае является ИП Г.

В соответствии с ч. 1 ст. 36 Федерального закона «О рекламе» по результатам рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган принимает решения и выдает предписания. Согласно ч. 3 ст. 36 Федерального закона «О рекламе» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдаются на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей.

Реклама о предоставлении скидок в размере 50%, распространявшаяся на внешней витрине бутика «ARZOLI», носила временный характер, т.е. была актуальна в определённый период времени, и имела своей целью информирование потребителя о проведении в период с 31.12.2013 по 31.01.2014 акции в магазине «ARZOLI», распространение указанной рекламы на момент принятия настоящего решения прекращено. Таким образом, распространение рекламы с нарушением п. 4 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» прекращено.

Нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях (ч. 4 ст. 38 Федерального закона «О рекламе»).

Административная ответственность за нарушение ч.ч. 3 и 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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 Правил

рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу о предоставлении скидок в размере 50%, распространяющуюся на внешней витрине бутика «ARZOLI» в «Центральном универмаге» (г. Ульяновск), ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 4 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать, поскольку распространение рекламы прекращено.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Ульяновской области для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 02.06.2014.

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