

«24» июля 2020 года
Воронеж

город

Заместитель руководителя – начальник отдела контроля органов власти Управления Федеральной антимонопольной службы по Воронежской области (далее - Воронежское УФАС России) Логошин Андрей Владимирович, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 036/04/14.3–175/2020, возбужденного в отношении общества с ограниченной ответственностью «ЛИДЕР-СИТИ» (394038, г. Воронеж, ул. Пеше - Стрелецкая, д. 54, оф. 213А, ИНН 3665104534, дата регистрации 05.12.2014) (далее – ООО «ЛИДЕР-СИТИ») требований части 7 статьи 5 Федерального Закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») на основании Решения № 036/05/5-761/2020 от 16.07.2020 года, в связи с непосредственным обнаружением Государственным инспектором отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Воронежского УФАС России Давыдовой О.В. достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения в сфере предпринимательской деятельности (часть 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях), **в присутствии** генерального директора ООО «ЛИДЕР-СИТИ» <..>,

УСТАНОВИЛ:

Решением от 16.07.2020 года № 036/05/5-761/2020 Комиссии Воронежского УФАС России, реклама: « /.../ДО 50% CASHBACK ЗА КНАУФ ВЕРНЕМ СКИДКОЙ НА ПОКУПКУ ДВЕРЕЙ, ОБОЕВ, ОТОПЛЕНИЯ, ВОДОСНАБЖЕНИЯ, КАНАЛИЗАЦИИ ПРИ ПОКУПКЕ ТОВАРОВ КНАУФ ОТ 3000 Р НАЧИСЛЯЕТСЯ КЕШБЕК ДО 50% НА СУММУ ПОКУПКИ, КОТОРЫМ МОЖНО ОПЛАТИТЬ ДО 50% СЛЕДУЮЩЕЙ МЕЖКОМНАТНЫХ И МЕТАЛЛИЧЕСКИХ ДВЕРЕЙ, ДЕКОРАТИВНЫХ ОБОЕВ, ОТОПЛЕНИЯ, ВОДОСНАБЖЕНИЯ, КАНАЛИЗАЦИИ ПОДРОБНЫЕ УСЛОВИЯ АКЦИИ НА САЙТЕ LIDER.VRN.RU/.../», размещенная на рекламном щите, расположенном в непосредственной близости с автостоянкой по адресу: г. Воронеж, ул. Шишкова, 150 (далее – рассматриваемая реклама), признана ненадлежащей.

Решением от 16.07.2020 года № 036/05/5-761/2020 установлено следующее.

19 июня 2020 года в ходе осмотра объектов наружной рекламы (рекламных конструкций) выявлено распространение на рекламном щите расположенном в непосредственной близости с автостоянкой по адресу г. Воронеж, ул. Шишкова, 150, рекламы следующего содержания « /.../ДС 50% CASHBACK ЗА КНАУФ ВЕРНЕМ СКИДКОЙ НА ПОКУПКУ ДВЕРЕЙ, ОБОЕЕ ОТОПЛЕНИЯ, ВОДОСНАБЖЕНИЯ, КАНАЛИЗАЦИИ ПРИ ПОКУПКЕ ТОВАРОВ КНАУФ ОТ 3000 Р НАЧИСЛЯЕТСЯ КЕШБЕК ДО 50% НА СУММУ ПОКУПКИ, КОТОРЫМ МОЖНО ОПЛАТИТЬ ДО 50% СЛЕДУЮЩЕЙ МЕЖКОМНАТНЫХ И МЕТАЛЛИЧЕСКИХ ДВЕРЕЙ, ДЕКОРАТИВНЫХ ОБОЕВ, ОТОПЛЕНИЯ, ВОДОСНАБЖЕНИЯ, КАНАЛИЗАЦИИ ПОДРОБНЫЕ УСЛОВИЯ АКЦИИ НА САЙТЕ LIDER.VRN.RU/.../», о чем составлен Акт осмотра объектов наружной рекламы (рекламных конструкций) от 19.06.2020 года с приложением фотоматериалов.

При этом на официальном сайте ООО «ЛИДЕР-СИТИ» lider-vrn.ru содержится следующая информация: «При покупке продукции KNAUF от 3000 рублей начисляется кэшбэк до 50% на сумму покупки, которой можно оплатить до 50% следующей покупки на категории товаров «межкомнатные двери» «металлические двери», «обои декоративные», «отопление, водоснабжение канализация» Список акционных категорий товаров и размер начисляемого кэшбэка: металлопрофиль Knauf – кэшбэк 10%, сухие смеси Knauf- кэшбэк 20%, гипсокартон Knauf - кэшбэк 30%, шпатлевка Knauf - кэшбэк 40% грунтовка Knauf - кэшбэк 50%/.../ Кэшбэк не распространяется на товары участвующие в данный период в других акциях, спецпредложения компании. Данная акция не отменяет и не суммируется с другими акциями компании/.../ Купон активен в течении 14 дней с момента активации/.../».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «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 соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», объектом 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.

Рассматриваемая информация в соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту

рекламирования, формированию или поддержанию интереса к нему и его продвижению на рынке (далее – рассматриваемая реклама).

Объектом рекламирования в указанной рекламе является акция предоставляемая магазином «ЛИДЕР» на рекламируемые товары.

30.06.2020 года в отношении ООО «ЛИДЕР-СИТИ» вынесено определение с возбуждении дела № 036/05/5-761/2020 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Рассмотрение дел назначено на 14 часов 00 минут (мск) 15.07.2020 года.

10.07.2020 года ООО «ЛИДЕР-СИТИ» были предоставлены документы (вх. № 01-11/2682 от 10.07.2020). В письменном объяснении директор ООО «ЛИДЕР-СИТИ» Бородинов А.Е. сообщил следующее: *«/.../ Информация в рекламном макете «до 50%» указывает на возможность начисления любого % кэшбэка в рамках заявленной цифры. Таким образом, указанный на сайте размер начисляемого процента кэшбэка не относится к существенным условиям акции и отсутствие указанной информации в рекламном макете не вводит потребителя в заблуждение относительно объекта рекламы. «кэшбэк не распространяется на товары, участвующие в данный период в других акциях, спецпредложениях компании; «данная акция не отменяет и не суммируется с другими акциями компании»; «купон активен в течении 14 дней с момента активации» - не являются существенными условиями, так как указанная информация не влияет на принятие решения потребителем об участии/отказе в участии, а лишь поясняет, что в случае участия в акции дальнейшие действия потребителя по ее активации и взаимодействию с магазином сети «Лидер». /.../ ФЗ «О рекламе не регламентирует размер шрифта на наружной рекламе и «читаемость» или «не читаемость» рекламной поверхности является субъективным и оценочным суждением»».* На заседании Комиссии представитель ООО «ЛИДЕР-СИТИ» <...> поддержала доводы, изложенные в объяснениях.

Ознакомившись с материалами дела, изучив объяснения, документы, предоставленные ООО «ЛИДЕР-СИТИ» Комиссия установила следующее.

В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «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.

В рассматриваемой рекламе информация (со слов до 50% кэшбэк за Knauf вернем скидкой на покупку /.../ ЛИДЕР Все для ремонта/.../) выполнен крупным шрифтом, в то время как иная существенная информация (со слов дверей, обоев, отопления, водоснабжения/.../ Подробные условия акции на сайте lider-vrn.ru) выполнена мелким шрифтом, не читаемым без использования специальных средств.

Рассматриваемая реклама распространялась с нарушением требований части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе», поскольку существенная информация о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения является нечитаемой без использования специальных технических средств. В частности, не поддается прочтению информация об условиях приобретения товара (при покупке продукции KNAUF от 3000 рублей начисляется кэшбэк до 50% на сумму покупки, которой можно оплатить до 50% следующей покупки на категории товаров «межкомнатные двери» «металлические двери», «обои декоративные», «отопление водоснабжение, канализация»).

Федеральный закон «О рекламе» не регламентирует минимально допустимый размер шрифта, что в свою очередь не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть нечитаемым при прочих равных. Основным условием размещения рекламы является предоставление добросовестной и достоверной информации (ч. 1 ст. 5 ФЗ «О рекламе»).

Необходимо учитывать, что рассматриваемая реклама содержит сочетание информации, выполненной различным шрифтом, и имеющей различное расположение на рекламном поле.

В соответствии с пунктом 28 Постановления Пленума ВАС РФ 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 к 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 и силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Федерального закона № 38-ФЗ). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Так как рассматриваемая реклама является наружной, следовательно, она предназначена для восприятия потребителями размещенной на ней информации (относительно быстрого и четкого осознания предлагаемой информации, а также ее понимания и уяснения без совершения действий направленных на специальное, длительное сосредоточенное внимание). Следует принять во внимание тот факт, что в русском языке чтение текста осуществляется слева на право, а очередность прочтения строк – сверху вниз. Как следствие, рассматриваемая реклама, ориентирует потребителя на возможность приобретения товаров фирмы Knauf магазине «ЛИДЕР» с получением до 50% кэшбэк за товары фирмы Knauf (вернем скидкой на покупку) без каких-либо дополнительных условий.

Учитывая конкретное месторасположение рекламной конструкции (на проезжей части сторона Б ул. Шишкова (г. Воронеж) отсутствие пешеходной зоны на стороне размещения рекламного щита, значительное расстояние между стороной А и Б при двухполосном движении ограниченное время считывания информации для основной аудитории потребителей (водителей и пассажиров транспортных средств), мелкий размер шрифта, которым написаны существенные условия приобретения товара, по сравнению со шрифтом основной, «привлекательной информации об акции, потребители рекламы с учетом объема содержащейся в рекламе информации не имеют возможности ознакомиться с указанными сведениями обычным образом без использования специальных средств и в течение времени, в которое возможно восприятие данной информации. У потребителей отсутствует возможность для целостного восприятия всей информации в отношении предоставляемой магазином «ЛИДЕР» акции «Кэшбэк за Кнауф».

Следовательно, информация об условиях приобретения товаров изображена таким способом, что данная информация оказывается неприемлемой для чтения, что свидетельствует об умалчивании информации, не доведении до потребителя в воспринимаемой форме информации, наличие которой необходимо в рекламе.

ФЗ «О рекламе» и иные нормативные правовые акты не содержат указания на минимально допустимый размер шрифта в рекламе, гарантирующий прочтение такой рекламы любым потребителем. Кроме того, отсутствует утвержденная методика определения читаемости или не читаемости шрифта, которым исполнена реклама. При таких обстоятельствах, оценка доступности текста рекламы для восприятия всегда будет носить субъективный характер.

Несмотря на формальное наличие в рекламе информации об условиях приобретения товара, форма предоставления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют, соответственно потребители вводятся в заблуждение с

существенных условиях приобретения товара.

Также Воронежским УФАС России при анализе рекламного макета установлено, что в рассматриваемой рекламе даже формально не указана вся существенная информация об условиях приобретения и использования товара, а именно отсутствует информация о том, что кэшбэк не распространяется на товары, участвующие в данный период в других акциях, спецпредложения компании; данная акция не отменяет и не суммируется с другими акциями компании; купон активен в течении 14 дней с момента активации, что приводит к искажению смысла информации и введению в заблуждение потребителей данной рекламы.

При этом Комиссией принимается довод ООО «ЛИДЕР-СИТИ» о том, что информация в рекламном макете «до 50%» указывает на возможности начисления любого % кэшбэка в рамках заявленной цифры.

Информация о возможности уточнения подробностей о рекламируемой акции у продавца не заменяет указания непосредственно в самой рекламе всех существенных условий, отсутствие которых способно ввести потребителей в заблуждение относительно объекта рекламы.

Таким образом, рассматриваемая реклама распространялась с нарушением требований части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

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

Установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «ЛИДЕР-СИТИ» (согласно предоставленным объяснениям ООО «ЛИДЕР-СИТИ» вх. № 01-11/2682 от 10.07.2020).

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных, в том числе части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев предусмотренных частями 2 - 4 указанной статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 Кодекса, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц в размере от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Место совершения правонарушения: г. Воронеж, ул. Шишкова, 150

Время совершения правонарушения: 19.06.2020 года.

Таким образом, ООО «ЛИДЕР-СИТИ», являясь рекламодателем рассматриваемой ненадлежащей рекламы 19.06.2020 (согласно Акту осмотра от 19.06.2020), в г. Воронеже совершило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

24.07.2020 года в отношении ООО «ЛИДЕР-СИТИ» составлен протокол № 036/04/14.3-175/2020 об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В связи с поступившим ходатайством от ООО «ЛИДЕР-СИТИ» рассмотрение дела № 036/04/14.3-175/2020 назначено на 11 часов 15 минут (мск) 24.07.2020 г.

24.07.2020 года при вынесении Постановления № 036/04/14.3 - 175/2020 учитываются все обстоятельства дела.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ, административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Частью 2 указанной статьи предусмотрено, что юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

ООО «ЛИДЕР-СИТИ» имело возможность для соблюдения законодательства РФ о рекламе, поскольку в ходе рассмотрения настоящего дела не установлены факты, а в материалах административного дела отсутствуют доказательства свидетельствующие о том, что обществом были приняты все зависящие от него меры, направленные на недопущение совершения вменяемого административного правонарушения.

Обстоятельств исключających или отягчающих административных

ответственность, не установлено.

Федеральным законом от 03.07.2016 № 316-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» статья 4.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях дополнена статьей 4.1.1 устанавливающей, что являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 указанной статьи.

Согласно статье 4 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица/.../.

В соответствии с единым реестром субъектов малого и среднего предпринимательства, размещенным на сайте <https://ofd.nalog.ru/> ООО «ЛИДЕР-СИТИ» соответствует категории «среднее предприятие».

Согласно части 2 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы

чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

ООО «ЛИДЕР-СИТИ» впервые совершило нарушение рекламного законодательства, материалы, свидетельствующие о причинении имущественного ущерба либо вреда жизни и здоровью людей объектам животного и растительного мира, окружающей среде объектам культурного наследия народов Российской Федерации безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, отсутствуют.

С учетом изложенного **административное наказание ООО «ЛИДЕР-СИТИ» в виде административного штрафа**, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях **подлежит замене на предупреждение**.

С учетом положений части 1 статьи 3.1 КоАП РФ, закрепившей цели административного наказания, предупреждение является официальным предостережением юридического лица от возможности совершения им противоправного действия.

Применение предупреждения влечет для нарушителя соответствующие правовые последствия. Лицо, которому назначено предупреждение считается подвергнутым данному наказанию в течение одного года со дня окончания исполнения постановления о назначении предупреждения. Если в течение года такое лицо совершит новое административное правонарушение, то к нему может быть применено более строгое административное наказание.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 1 части 3 статьи 5 частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе», статьями 4.1, 4.1.1., 14.3, 23.48, 29.9 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ООО «ЛИДЕР-СИТИ» (394038, г. Воронеж, ул. Пеше Стрелецкая, д. 54, оф. 213А, ИНН 3665104534, дата регистрации 05.12.2014) виновным в совершении административного правонарушения предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. В соответствии со статьей 4.1.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях **объявить ООО «ЛИДЕР-СИТИ: предупреждение** за нарушение требований части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

3. Направить копию настоящего постановления ООО «ЛИДЕР-СИТИ».

В соответствии с пунктом 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления. Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении подается вышестоящему должностному лицу либо в суд в порядке, предусмотренном главой 30 КоАП РФ.

Заместитель руководителя – начальник отдела
Логошин

А.В.