РЕШЕНИЕ № 036/05/5-761/2020

15 июля 2020 года город Воронеж

(дата оглашения резолютивной части решения)

Комиссия Воронежского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: А.В. Логошин - заместитель руководителя управления - начальник отдела контроля органов власти;

члены Комиссии: Козинина О.Г. – начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции; Давыдова О.В. – государственный инспектор отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции, рассмотрев дело № 036/05/5-761/2020 по признакам нарушения Обществом 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 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – представителя ООО «ЛИДЕР-СИТИ» <…>, представителя ООО «ЛИДЕР-СИТИ» <…>,

УСТАНОВИЛА:

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 « /…/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/…/», 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», 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.
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 о возбуждении дела № 036/05/5-761/2020 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Рассмотрение дела 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 <…> ООО «ЛИДЕР-СИТИ» <…> 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 взаимодействии 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/…/) выполнена 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 поддаётся 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 N 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 (кегль), 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 (часть 7 статьи 5 Федерального закона N 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 товара, 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 о 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 возможность 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», рекламодатель - 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» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных, в том числе части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».
Комиссия находит основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ООО «ЛИДЕР-СИТИ».
Руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 36 - 43 «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17 августа 2006 года № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1 . Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: *« /…/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/…/»*, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «ЛИДЕР-СИТИ» предписание о прекращении нарушения части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» путем прекращения распространения ненадлежащей рекламы, либо путем приведения рекламы в соответствие с законодательством РФ о рекламе, а именно – путем внесения в рекламу всей недостающей существенной информации об условиях акции и доведения ее до потребителя таким способом, при котором она будет доступна для восприятия без использования специальных технических средств.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Воронежского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 16 июля 2020 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 АПК РФ.

Председатель Комиссии А.В. Логошин

Члены Комиссии О.Г. Козинина

О.В. Давыдова