

Постановление  
о назначении административного наказания  
по делу № А15/170-02  
об административном правонарушении

30.07.2015

г. Тюмень

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области Полухин Дмитрий Александрович, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № А15/170, возбужденного в отношении ООО «Алькор и Ко», (адрес места нахождения: 119261, г.Москва, пр-т Ленинский, д.72/2; ИНН 7729265128 КПП 774901001 дата регистрации: 04.11.2002), (далее также Общество), в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, Травиной Н.С (полномочия проверены, предъявлен паспорт гражданина РФ и доверенность б/н от 01.01.2015 г.),

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) от 12.03.2015 № Р15/15 признана ненадлежащей реклама ООО «Алькор и Ко», распространенная на баннере с изображением девушки, на котором располагалась информация следующего содержания: Крупными буквами, «Двойные комплименты весь июль!... Скидки x 2 по твоей дисконтной карте\*». Мелким шрифтом в нижней части банера располагалась информация следующего содержания: «\*У тебя еще нет Дисконтной карты Л ЭТУАЛЬ? Приходи к нам и получи ее просто так!... Акция проходит во всех магазинах Л ЭТУАЛЬ с 30 июня по 31 июля 2014 года включительно... Подробности на сайте letu.ru, по телефону горячей линии 8-800-200-235 (звонок по России бесплатный) и у консультантов магазинов», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Вышеуказанное решение Комиссии в арбитражном суде не было обжаловано. Ответственность за распространение ненадлежащей рекламы предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ, Кодекс).

Исследовав материалы административного дела, установлено следующее.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе реклама - это 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. Объект рекламирования – товар, средство его индивидуализации, 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.

Из материалов дела следует, что Обществом в период с 30.06.2014 по 31.06.2014 г. проводилась рекламная компания «Двойные комплименты весь июль». В частности было установлено, что в указанный период времени в магазине «Летуаль» (ООО «Алькор и Ко) висел баннер, с изображением девушки, на котором располагалась информация следующего содержания: **Крупными буквами**, «Двойные комплименты весь июль!... Скидки x 2 по твоей дисконтной карте\*». **Мелким шрифтом** в нижней части банера располагалась информация следующего содержания: «\*У тебя еще нет Дисконтной карты Л ЭТУАЛЬ? Приходи к нам и получи ее просто так!... Акция проходит во всех магазинах Л ЭТУАЛЬ с 30 июня по 31 июля 2014 года включительно... Подробности на сайте letu.ru, по телефону горячей линии 8-800-200-235 (звонок по России бесплатный) и у консультантов магазинов.» (далее по тексту- «Двойные комплименты весь июль!... Скидки x 2 по твоей дисконтной карте\*»).

Указанная информация обезличена: один и тот же текст направлен на привлечение внимания всех клиентов магазина «Л ЭТУАЛЬ», формирование и поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке. Адресат (получатель информации) представлен множественностью лиц (клиенты магазина), следовательно, круг получателей рекламной акции не определен. Сторона правоотношения (возникающего, потенциального) относительно объекта рекламирования заранее не определена. Таким образом, информация, расположенная на баннере следующего содержания: «Двойные комплименты весь июль!... Скидки x 2 по твоей дисконтной карте\*», является рекламной.

В соответствии с ч. 7 ст. 5 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.

Ненадлежащая реклама, которая вводит потребителей в заблуждение или причиняет ущерб конкурентам, является наиболее распространенным способом получения преимуществ в предпринимательской деятельности.

Реклама формирует интерес к товару или услуге и направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, поэтому существенной является информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой.

Отсутствие в рекламе существенной части информации приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым товаром или видом услуг.

*Искажение информации - действия, направленные на умолчание, изменение части сведений (о товаре, условиях его приобретения, использовании), содержащихся в*

*рекламе, выдвигению желаемого за действительное. И определяющим здесь является не то, что имел в виду рекламодатель, и не то, насколько сообщенные сведения соответствуют истине, а их восприятие потребителями рекламы.*

*Введение в заблуждение является актом недобросовестной конкуренции и представляет собой действия, направленные на формирование неверных представлений в отношении собственных товаров (работ, услуг) или товаров конкурента.*

*Согласно ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе запрещается умалчивать информацию, которая, будучи сообщенной, изменила бы созданное рекламой представление потребителей о товаре, об условиях его приобретения или использования.*

*Согласно понятию рекламы, она направлена неопределенному кругу лиц, а значит, для оценки, содержащейся в ней информации, не требуется никаких специальных филологических познаний. Информация, содержащаяся в рекламе, должна очевидно ассоциироваться с объектом рекламирования.*

*Таким образом, доведение существенной информации до потребителей рекламы должно осуществляется доступными способами и в форме, позволяющей воспринимать такую информацию каждому из неопределенного круга лиц наравне с иными формирующими интерес к объекту рекламирования сведениями.*

В рассматриваемой рекламе указано: «Скидки X2 по твоей Дисконтной Карте». Согласно «Современному экономическому словарю», понятие «скидки» – это одно из условий сделки, определяющее размер возможного уменьшения базисной цены товара, указанной в договоре о сделке. Величина скидки зависит от вида сделки, объема продаж.

Таким образом, фраза «Скидки X2 по твоей Дисконтной Карте» может означать только одно: если Дисконтная Карта Клиента предоставляет скидку в 25%, то удваиваясь, данная скидка составляет 50%. Вместе с тем, как следует из информации, представленной на сайте [www.lettoile.ru](http://www.lettoile.ru), действие Дисконтных Карт Клиента не распространяется на покупки по акции.

Из представленных ООО «Алькор и Ко» пояснений по рассматриваемой рекламе следует, что Дисконтная Карта не применяется на товар, оплачиваемый бонусами. Кроме того, первый товар приобретается вообще без всяких скидок.

Как пояснил представитель ООО «Алькор и Ко», бонус (скидка на новую покупку) предоставляется в размере удвоенной суммы скидки в денежном выражении по дисконтной карте, имеющейся у клиента от предыдущей покупки, однако на первую покупку, скидка не распространяется.

Согласно «Современному экономическому словарю», понятие «Бонус»- это дополнительное вознаграждение, поощрение, надбавка в выплате, премия.

Таким образом, в рекламной информации следующего содержания: «Скидки X2 по твоей Дисконтной Карте» отсутствует существенная информация о том что, скидка в данной акции и есть бонус. Потребитель не только не получает обещанную двойную скидку по Дисконтной Карте Клиента, но, участвуя в данной акции, может получить значительно меньшую скидку (учитывая стоимость предыдущей покупки,

за которую начисляется бонус), чем если бы он просто воспользовался своей Дисконтной Картой при первой и второй покупках.

Таким образом, в размещенной ООО «Алькор и Ко» рекламе отсутствует существенная информация о том, что Дисконтная Карта не применяется на товар, покупаемый в первый раз и оплачиваемый бонусами при второй покупке.

Вводящая в заблуждение реклама способна причинить вред как потребителю рекламной информации, так и конкуренту рекламодателя. Введение потребителей в заблуждение посредством распространения рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации о товаре, условиях его приобретения или использования, способна привести к принятию решения о совершении покупки товара, который не подлежит возврату.

Согласно Постановлению Правительства РФ от 19 января 1998 г. N 55 "Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации", Парфюмерно-косметические товары надлежащего качества, не подлежат возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

**Таким образом, реклама, распространенная на баннере с изображением девушки, на котором располагалась информация следующего содержания: Крупными буквами, «Двойные комплименты весь июль!... Скидки x 2 по твоей дисконтной карте\*». Мелким шрифтом в нижней части банера располагалась информация следующего содержания: «\*У тебя еще нет Дисконтной карты Л ЭТУАЛЬ? Приходи к нам и получи ее просто так!... Акция проходит во всех магазинах Л ЭТУАЛЬ с 30 июня по 31 июля 2014 года включительно... Подробности на сайте letu.ru, по телефону горячей линии 8-800-200-235 (звонок по России бесплатный) и у консультантов магазинов», нарушает требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе.**

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе влечет ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Таким образом, рекламодаделец, неся ответственность за распространение рекламы, должен обеспечить соблюдение требований законодательства о рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодавцем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 4 настоящей статьи](#), [статьями 14.37, 14.38, 19.31](#) настоящего Кодекса,

– 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.

Субъектом административного правонарушения по делу № А15/170 выступает – ООО «Алькор и Ко» (адрес места нахождения: 119261, г.Москва, пр-т Ленинский, д.72/2; ИНН 7729265128 КПП 774901001 дата регистрации: 04.11.2002).

Таким образом, ООО «Алькор и Ко», распространяя вышеуказанную рекламу, с нарушением рекламного законодательства, совершило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

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.

Место совершения административного правонарушения – город Тюмень.

Время совершения административного правонарушения, установленное материалами дела – с 30.06.2014 г. по 31.07.2014 г.

Дело об административном правонарушении № А15/170 в соответствии с ч. 2 ст. 4.1 КоАП РФ рассматривалось с учетом характера совершенного ООО «Алькор и Ко» правонарушения, обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законом требований, при рассмотрении дела не установлены.

Доказательств малозначительности совершенного правонарушения при рассмотрении дела не установлено.

В пункте 18 постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» указано, что при квалификации правонарушения в качестве малозначительного судами необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

Безразличное отношение юридического лица к обязанностям, установленным Законом о рекламе, а также игнорирование требований указанного закона свидетельствует о существенной угрозе охраняемым интересам.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, не установлено.

Обстоятельств, исключающих производство по делу, не установлено.

Принимая во внимание доказанность имеющимся в деле документами состав административного правонарушения в действиях ООО «Алькор и Ко», учитывая характер и степень виновности лица, привлекаемого к административной ответственности, причины и условия совершения административного правонарушения, на основании изложенного, руководствуясь статьями 14.3, 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

### **ПОСТАНОВИЛ:**

1. Применить к ООО «Алькор и Ко» (адрес места нахождения: 119261, г. Москва, пр-т Ленинский, д.72/2; ИНН 7729265128 КПП 774901001 дата регистрации: 04.11.2002), меру ответственности в виде административного штрафа в размере **100 000 (сто тысяч)** рублей за совершение правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3. КоАП РФ.

2. Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Наименование получателя: Управление федерального казначейства  
Министерства финансов России по Тюменской области (Тюменское УФАС России)

ИНН 7202081799, КПП 720301001

счет 40101810300000010005

банк получателя: отделение Тюмени г. Тюмень

БИК 047102001, ОКТМО 71701000

код бюджетной классификации – 161 116 26000 01 6000 140

**УИН: Ъ30cf71AS07300237062**

Назначение платежа: «Денежные (штрафы) взыскания за нарушение законодательства о рекламе».

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП, а также частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статьи 31.1 КоАП постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Заместитель

руководителя управления

Д. А. Полухин