

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 54

о наложении штрафа по делу № 4-05/61

об административном правонарушении

Управление Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 05 сентября 2012 г. и материалы дела № 4-05/61, возбужденного в отношении ООО «Посуда-Центр сервис», в связи с отсутствием в рекламе существенной информации, в присутствии представителя ООО «Посуда-Центр сервис»,

### УСТАНОВИЛ:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением рекламного законодательства Хабаровским УФАС России 10 апреля 2013 года отслежена реклама ООО «Посуда-Центр сервис» (хронометраж 5 секунд), распространяемая на телеканалах «Первый канал» и «Петербург - 5 канал», следующего содержания:

Звуковая информация:

*«Посуда - центр» отдаем все по оптовым ценам».*

Визуальная информация:

крупным шрифтом:

*«Только до 14 апреля оптовые цены на все. Посуда центр, г. Хабаровск, ул. Батуевская ветка, 20.ул. Краснореченская, 90 (остановка «Мелькомбинат»), 8 800 100 00 40».*

мелким шрифтом (начиная со второй секунды):

*«Цены действуют с 01.04 2013 г по 14.04.2013. Количество товаров по акции ограничено. Оптовые цены при покупке от 1500 руб. Цены указаны в рублях. Информацию об организаторе акции, правилах ее проведения, количестве товаров, сроках, месте и порядке их получения вы можете получить по телефону 88001000040 и в магазинах «Посуда – Центр» или на сайте [www.posudacenter.ru](http://www.posudacenter.ru)».*

Указанная реклама размещалась с 01 по 13 апреля 2013 года.

Реклама ориентирована на неопределенный круг лиц, целенаправленно направлена на мотивацию потребителя рекламы на выбор услуги. Указывая привлекательные условия, реклама побуждает совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, а именно: возможность приобрести все товары, реализуемые в сети магазинов «Посуда-центр», по оптовым ценам.

В рекламе указано условие - *оптовые цены на все (как звуковая информация, так и крупно написанная визуальная информация)*.

Такое условие, как: *оптовые цены только при покупке от 1500 руб.* не доступно, так как выполнено очень мелким шрифтом, транслируется короткое время (4 секунды), что не позволяет потребителю рекламы ознакомиться и воспринять его, чем вводит потребителя в заблуждение.

Информация об указанном условии формально присутствует в рекламе. *Однако выполнено мелким шрифтом и транслируется короткое время, что не позволяет потребителю воспринять информацию.*

Информация о том, что оптовые цены действуют только при покупке от 1500 рублей является существенной, отсутствие которой вводит потребителя в заблуждение и создает неправильное впечатление о рекламируемой услуге.

Частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что 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 процессе рассмотрения дела представитель Общества не согласился с выявленным нарушением, пояснив, что информация «*Оптовые цены при покупке от 1500 руб.*» доступна для потребителей, так как величина шрифта его контрастность позволяет прочесть информацию, указанные сведения расположены в первой строке условий акции, информация об акции доведена до потребителя не только посредством видеоролика на телевидении, но и средствами наружной рекламы, в сети Интернет, в магазинах компании.

Данные доводы не принимаются по следующим основаниям.

Отсутствие в Законе четкого указания на размер шрифта и время трансляции рекламных надписей, не свидетельствует о том, что размер шрифта и время трансляции может быть любым, поскольку это противоречит положениям статьи 5 ФЗ «О рекламе» относительно добросовестности и достоверности рекламы, которая не должна вводить в заблуждение потребителя.

Использованный в рекламном тексте шрифт своим размером должен обеспечить нормальное восприятие потребителем всего содержания рекламной надписи, без дополнительно предпринимаемых усилий по разглядыванию какой-либо ее части.

В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе» реклама - это информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Совокупность таких особенностей спорной рекламы, как ограниченное время считывания информации, объем информации, размещенной в рекламе, размер шрифта, которым написаны существенные условия получения услуги, лишают возможности потребителя получить полный текст (информацию) рекламы.

Учитывая изложенное, несмотря на формальное наличие в рекламе существенной информации об условиях покупки, форма предоставления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют,

Тот факт, что существенная информация в спорной рекламе не читается, очевидно усматривается при визуальном просмотре текста рекламы.

Поскольку существенной является не только информация привлекательная для потребителей (написанная крупным шрифтом), но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы, отсутствие каких-либо сведений, в том числе и доступных, может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой, так как данная информация сложно воспринимаема или вообще недоступна для потребителей.

То, что реклама распространялась различными способами и средствами, не может являться основанием для размещения не полной информации в видеоролике, так как потребитель не обязан изучать всю размещенную рекламу.

Целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, способных вызвать у потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования. Недостаточная информированность потребителя обо всех условиях рекламируемого товара (услуги), имеющая место в силу недобросовестного поведения организации, предоставляющей услуги или реализующей товар, приведет к неоправданным ожиданиям названного лица, прежде всего, в отношении сделки, которую он намерен заключить.

Закон не предъявляет требования указать всю существенную информацию, но обязывает формировать у потребителя правильное (достоверное) восприятие о соответствующей продукции (товаре, услуге).

Отсутствие в рекламе существенной информации о том, что оптовые цены действуют при покупке от 1500 рублей, предполагает распространение предложения на любую стоимость покупок, что не соответствует действительности.

В результате искажался смысл информации, и потребители вводились в заблуждение относительно возможности и условий получения рекламируемого товара.

Условия, ограничивающие их применение, являются существенными, следовательно, отсутствие указанной информации вводит потребителей в заблуждение, что является нарушением части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 7 статьи 5 настоящего Федерального закона несет рекламодатель – изготовитель или продавец товара и либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем, в интересах которого непосредственно распространялась рекламная компания, является ООО «Посуда-Центр сервис».

Данный факт подтверждается письмом ЗАО «Видео Интернешнл «Трэнд» (вход. от 13.05.2013 № 5/3923), договорами №№ ВТ-121219-006Р от 19.12.2012 г. и ВТ-121219-007Р от 19.12.2012 г, гарантийными письмами от 15 марта 2013 года, платежными поручениями.

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламодателем, рекламодателем законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) влечет наложение административного штрафа.

При назначении административного наказания ООО «Посуда - центр сервис» учитывалось, что в соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 4.3. КоАП РФ повторное совершение однородного административного правонарушения, если за совершение первого административного правонарушения лицо уже подвергалось административному наказанию, по которому не истек срок, предусмотренный статьей 4.6. КоАП РФ является обстоятельством, отягчающим административную ответственность.

Постановлением № 90 от 05.09.2012 года по делу № 4-05/111 ООО «Посуда -центр сервис» подвергалось административному штрафу в размере 100 000 рублей за ненадлежащую рекламу.

Руководствуясь статьей 33 Федерального закона «О рекламе», статьями 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ООО «Посуда-Центр сервис» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

2. Применить к ООО «Посуда-Центр сервис» меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 200 000 (двести тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Сумма штрафа, уплаченная за нарушение законодательства о рекламе, зачисляется в бюджет:

получатель УФК по Хабаровскому краю (Хабаровское УФАС России), р/с 40101810300000010001, ГРКЦ ГУ ЦБ РФ по Хабаровскому краю г. Хабаровска, БИК

040813001, ИНН 2721023142, КПП 272101001, код 161 11626000016000140, ОКАТО 08401000000.

В соответствии с частью 5 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, по истечении шестидесяти дней со срока, указанного в части 1 статьи 32.2 Кодекса, должностное лицо, вынесшее постановление, направляет соответствующие материалы судебному приставу-исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф. Копия протокола об административном правонарушении направляется судье в течение трех дней со дня составления указанного протокола.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в районный суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.