

РЕШЕНИЕ

Дата оглашения решения: 07.08.2013 г.

Дата изготовления решения: 19.08.2013 г. г. Кострома

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Костромской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии - Ревельцев О.В., руководитель управления,

члены Комиссии: Дмитриева Т.А. - начальник отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы, Баданова И.Н. - главный государственный инспектор отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы,

рассмотрев материалы дела №ВД 07-30/1140, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Тави» (далее - ООО «Тави», Общество) (ОГРН 1024400520484, ИНН 4401007699, Костромская область, г. Кострома, ул. Сутырина, д. 3), о нарушении требований, установленных ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в присутствии представителя ООО «Тави» - Метельковой Е.Н. (доверенность №б/н от 20.02.2012 г.),

УСТАНОВИЛА:

На основании распоряжений Костромского УФАС России от 30.04.2013 г. №42, от 23.05.2013 г. №64 в период с 06.05.2013 г. по 07.06.2013 г. проведена внеплановая документарная проверка по соблюдению ООО «ТАВИ» требований Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе).

По результатам проверки установлено следующее.

При мониторинге наружной рекламы, распространяемой на территории города Костромы, 3 апреля 2013 года специалистами Костромского УФАС России по ул. Ив. Сусанина (напротив универсама «Дом еды») обнаружено средство стабильного территориального размещения (рекламная конструкция 3х6 кв.м.), с помощью которой распространяется реклама следующего содержания «Виниловые обои * 99 рублей * АКСОН * ул. Сутырина, 5 т.: 41-21-51 * Сроки проведения акции с 9 по 30 апреля 2013 г. * Подробности у продавцов-консультантов. Количество товара ограничено».

Рекламная информация, которая содержит наиболее привлекательные для потребителя условия, а именно: «Виниловые обои 99 рублей» и «АКСОН, ул. Сутырина, 5 т.: 41-21-51», площадью 398, 22 см (что составляет 96% от общей площади представленного Обществом рекламного макета, выполненного на листе формата А4 площадью 414,72 см) расположена в центральной части рекламной площади и изображена крупным шрифтом, видимым с дальнего расстояния.

Однако, существенные условия проведения акции (продажи виниловых обоев по цене 99 рублей):

срок проведения - с 9 по 30 апреля 2013 г.,

предупреждающая надпись - Подробности у продавцов-консультантов. Количество товара ограничено (согласно приказов ООО «Тави» №453 от 01.03.2013 г. «Об организации проведения рекламной акции по продаже «Виниловые обои*99 рублей», №467 от 31.03.2013 г. «Об продлении сроков проведения рекламной акции

по продаже «Виниловые обои*99 рублей» проводимая Обществом акция «Виниловые обои*99 рублей» распространялась только на остатки виниловых обоев),

влияющие на намерение покупателя воспользоваться рекламируемым предложением, площадью 16,6 см (что составляет 4% от общей площади представленного Обществом рекламного макета) расположены в нижней части рекламной площади и являются недоступными для потребителя, т.к. выполнены мелким нечитаемым шрифтом.

Таким образом, имея возможность для размещения текста о существенных условиях проведения акции большей площадью, большим размером шрифта, Общество осознанно изготовило макет рассматриваемой рекламы в таком виде, при котором несоразмерность площадей, шрифтов текстов (привлекаемой, существенной информации), привела к потере читаемости существенных условий, что создало условия для введения потребителей в заблуждение.

А формальное присутствие в рекламе рассматриваемых сведений не позволяет потребителю их воспринимать, следовательно, не может расцениваться как их наличие.

В статье 3 Закона о рекламе определено, что 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; ненадлежащая реклама – это реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации; рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Исходя из понятия рекламы она предназначается для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи, с чем вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

При этом, то обстоятельство, что нормами Закона о рекламе не установлен размер шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку как следует из положений статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть достоверной и добросовестной и не должна вводить в заблуждение потребителей.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации – способом, затрудняющим её восприятие (с учётом размера шрифта текста рекламы), свидетельствует о недобросовестности рекламы.

Как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного суда Российской Федерации в Постановлении № 58 от 08.10.2012 «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.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Необходимо отметить, что текст рекламы находится не на уровне глаз человека, а на определенной высоте — рекламная конструкция имеет центральную стойку высотой три метра, что снижает уровень восприятия информации, выполненной мелким шрифтом.

Кроме того, рассматриваемая реклама расположена вдоль оживленной трассы, вследствие чего водителями транспортных средств, их пассажирами, а также пешеходами, идущими по тротуару на противоположной стороне дороги доступна лишь информация, выполненная крупным шрифтом, при этом информация, выполненная мелким шрифтом остается скрытой для них. У данной категории потребителей отсутствует прямой доступ к рекламному плакату, что свидетельствует о восприятии рекламной информации со значительного расстояния.

Наружная реклама направлена на импульсивное восприятие информации потребителями (относительно быстрое и четкое восприятие предлагаемой информации, а также её понимание и уяснение без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточение внимания для получения описанного эффекта), так как предназначена для различного круга потребителей (пешеходы, идущие по тротуару, находящемуся рядом с рекламной конструкцией; пешеходы, идущие по тротуару на противоположной стороне дороги; а также водители транспортных средств и их пассажиры, которые ограничены во времени считывания рекламной информации).

В части 7 статьи 5 Закона 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.

Рассматриваемая рекламная информация направлена на привлечение внимания к наиболее привлекательным для потребителей условиям, в то время как иная существенная информация – срок проведения акции, предупреждающая надпись, формально присутствующая в рекламе, выполнена мелким шрифтом, фактически не воспринимаемым человеческим взглядом, чтобы не привлекать внимание потенциальных потребителей к данной информации.

Данный способ описания рекламируемого товара в сочетании с характером и особенностями размещения рекламы не позволяют потребителю понять и уяснить с равной степенью концентрации внимания всю совокупность изложенных в рекламе условий приобретения данного товара, искажает действительный смысл информации, размещенной крупным шрифтом.

Невозможность восприятия информации, обозначенной мелким нечитаемым шрифтом, занимающей 4% рекламной площади, приводит к искажению смысла рекламы, вводит в заблуждение потребителей, имеющих намерение приобрести рекламируемый товар, а именно потребители рассматриваемой рекламы могут решить, что приобрести рекламируемый товар – виниловые обои по цене 99 рублей можно в течение неограниченного периода времени независимо от их количества в наличии у продавца.

Поскольку спорная реклама направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Следовательно, отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой акцией.

Таким образом, рассматриваемая реклама с наиболее привлекательными для потребителя условиями «Виниловые обои 99 рублей» и «АКСОН, ул. Сутырина, 5 т.: 41-21-51», распространяющаяся с помощью наружной рекламной конструкции

(сторона А) по адресу: г. Кострома, ул. И. Сусанина, 33, нарушает требования ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

Согласно материалам дела рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Тави» (156014, г. Кострома, ул. Сутырина, д. 3, ИНН 4401007699).

Часть 6 статьи 38 Закона о рекламе устанавливает, что 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 рекламодателем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В связи с тем, что представитель Общества Метелькова Е.Н. в ходе рассмотрения данного дела пояснила, что Общество на регулярной основе рекламирует подобные акции, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу ООО «Тави» текстового содержания «Виниловые обои * 99 рублей * АКСОН * ул. Сутырина, 5 т.: 41-21-51 * Сроки проведения акции с 9 по 30 апреля 2013 г. * Подробности у продавцов-консультантов. Количество товара ограничено», распространявшуюся в период с 01 по 29 апреля 2013 года с помощью наружной рекламной конструкции (сторона А) по адресу: г. Кострома, ул. И. Сусанина, 33, ненадлежащей, поскольку нарушены требования ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «Тави» предписание о прекращении нарушения ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе в рекламе проводимых акций.

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

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

Председатель Комиссии

О.В. Ревельцев

Члены Комиссии

Т.А. Дмитриева

И.Н. Баданова

ПРЕДПИСАНИЕ
о прекращении нарушения
законодательства Российской Федерации о рекламе

07.08.2013 г.

г. Кострома

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Костромской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии — Ревельцев О.В., руководитель управления,
члены Комиссии: Дмитриева Т.А. – начальник отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы, Баданова И.Н.- главный государственный инспектор отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы,

на основании своего решения от 07.08.2013 г. по делу №ВД 07-30/1140 о признании рекламы ООО «Тави» текстового содержания «Виниловые обои * 99 рублей * АКСОН * ул. Сутырина, 5 т.: 41-21-51 * Сроки проведения акции с 9 по 30 апреля 2013 г. * Подробности у продавцов-консультантов. Количество товара ограничено», распространявшейся в период с 01 по 29 апреля 2013 года с помощью наружной рекламной конструкции (сторона А) по адресу: г. Кострома, ул. И. Сусанина, 33, ненадлежащей, поскольку нарушены требования ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Закона о рекламе, пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «Тави» (далее - ООО «Тави», Общество) (ОГРН 1024400520484, ИНН 4401007699, Костромская область, г. Кострома, ул. Сутырина, д. 3) прекратить нарушение требований ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, а именно: распространять любыми способами рекламу проводимых акций, противоречащую требованиям части 7 статьи 5 Закона о рекламе.
2. ООО «Тави» в срок до 01.10.2013 года представить в Костромское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Костромское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трёхсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание изготовлено в полном объеме 19.08.2013 года.

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

Председатель Комиссии

О.В. Ревельцев

Члены Комиссии: Т.А. Дмитриева

И.Н. Баданова

- [reshenie_ooo_tavi.doc](#)
- [predpisanie_ooo_tavi.doc](#)