

РЕШЕНИЕ

по делу № 034/05/5-1247/2019

05 февраля 2020 года Волгоград

Резолютивная часть решения оглашена 22 января 2020 года

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии

рассмотрев дело № 034/05/5-1247/2019, возбужденное по признакам нарушения п. 4 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13 марта 2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) в отношении ООО «Тамерлан» (ИНН 3442050010, ОГРН 1023402635783, адрес: Волгоград, ул. им. Маршала Еременко, д. 100),

с участием представителей ООО «Тамерлан»,

УСТАНОВИЛА:

Антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе; возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (ч. 1 ст. 33 Закона о рекламе).

Правилами рассмотрения антимонопольными органами дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (утверждены постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, далее - Правила) предусмотрено, что дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждаются и рассматриваются территориальным органом Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе.

Волгоградское УФАС России рассмотрело заявление физического лица (вх. № 9859 от 14.10.2019) с жалобой на распространение в сети магазинов «Покупочка» карт постоянного покупателя в рамках программы лояльности с условием ограниченности действия карты.

Заявитель указал, что в сети магазинов «Покупочка» в октябре 2019 года начали действовать карты постоянного покупателя. Стоимость карты составляет 149 руб. Однако, как позже обнаружил заявитель, картой можно пользоваться только

трижды в день (приобщена распечатка из Программы лояльности, в которой указано, что правила программы лояльности ограничивают количество чеков в день не более трёх по всем картам покупателя, зарегистрированным на один номер).

Заявитель отметил, что о таких ограничениях нигде, кроме самой Программы лояльности, не было оговорено.

Заявитель считает, что таким образом торговая сеть ограничивает потребителя в возможности использования приобретенной за плату карты, обращая внимание, что в случае совершения четвертой и последующей покупки в один день даже при наличии карты покупатель будет платить цену за товар без обещанных скидок для участников программы лояльности.

Актом мониторинга от 28.10.2019 498-р, проведенного сотрудниками Волгоградского УФАС России, было установлено, что на входной двери магазина торговой сети «Покупочка» № 316 по адресу: Волгоград, ул. им. 8-ой Воздушной Армии, д. 35 (ТЦ «Алые Паруса») размещен плакат, обращенный текстом на улицу (на желтом фоне с изображением карты «Покупочка»), следующего содержания: *«Покупочка» с вами 16 лет! Приятно экономить еще больше с картой! Как активировать карту: смс на короткий номер <...> Тт34 (пробел) номер карты, например: Тт34 123456789101112. Сайт www.rokurochka.ru. Горячая линия (звонок по РФ бесплатный): 8 800 20136 12. Загрузите на App Store, Загрузите на Google Play».*

По результатам рассмотрения заявления определением от 10.12.2019 было возбуждено дело № 034/05/5-1247/2019 по признакам нарушения п. 4 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе в отношении ООО «Тамерлан».

В период рассмотрения заявления от ООО «Тамерлан» (магазины торговой сети «Покупочка») была получена следующая информация (см. письмо от 14.11.2019 исх. № 0250/НПО (вх. № 10827 от 14.11.2019).

Представлены полные условия действия карт постоянного покупателя в торговой сети «Покупочка» (приобщены к материалам дела).

ООО «Тамерлан» указало, что информация о введении карт постоянного покупателя, а также информация об условиях применения карт постоянного покупателя доводилась до потребителей посредством размещения информационных материалов (плакаты, объявления и т.д.) в помещениях торгового зала магазинов, на товарных полках, ячейках хранения, при входе в магазины, на стенах и торговом оборудовании залов, а также на сайте rokurochka.ru в разделе «Карта покупателя» и мобильном приложении зарегистрированных участников программы карты лояльности.

Представлены рекламные материалы, которые, по данным ООО «Тамерлан», размещались на камерах хранения, на кассах, на входных группах и в торговых залах следующего содержания:

1. На жёлтом фоне с изображением карты «Покупочка»: *«Покупочка» с вами 16 лет! Приятно экономить еще больше - с картой! Как активировать карту: смс на короткий номер <...> Тт34 (пробел) номер карты, например: Тт34*

123456789101112. Сайт www.rokirochka.ru. Горячая линия (звонок по РФ бесплатный): 8 800 20136 12. Загрузите на App Store, Загрузите на Google Play» (далее - реклама № 1);

2. На жёлтом фоне с изображением карты «Покупочка»: «Покупочка» с вами 16 лет! Приятно экономить еще больше - с картой! Преимущества карты: карта дает право на получение скидки на все товары, помеченные специальным ценником; всегда предъявляйте вашу карту на кассе при оплате товара; специальные акции и скидки только для владельцев карт; розыгрыши ценных призов среди владельцев Карт, а также участие в различных конкурсах от «Покупочки» и Партнеров» (далее - реклама № 2);
3. На жёлтом фоне с изображением примера специального ценника: «Уважаемые покупатели!» Скоро в наших магазинах появится карта постоянного покупателя «Покупочка». Обращайте внимание на Новые ценники! Что это значит? Регулярная цена 100,99. Цена по карте Покупочка 84,99 за шт. – цена для покупателей с картой «Покупочка». ! Есть ограничения в действии цены с картой «Покупочка». Служебная информация для сотрудников магазина (далее - реклама № 3);

4. На жёлтом фоне: «Покупочка» с вами 16 лет! Важные правила для нужных товаров! Цена по карте постоянного покупателя «Покупочка» на товары со знаком «!» на ценнике действует при покупке в день: до 5 шт. на один товар, до 3 кг на весовой товар. Подробнее Вы можете узнать: на сайте www.rokirochka.ru. По телефону горячей линия (звонок по РФ бесплатный): 8 800 20136 12 ежедневно с 8:00 до 200 по местному времени. В мобильном приложении: загрузите на App Store, Загрузите на Google Play» (далее - реклама № 4).

Также от ООО «Тамерлан» поступили письменные пояснения по делу исх. № 1298/НПО от 24.12.2019. Общество не согласилось с наличием признаков нарушения законодательства о рекламе в своих действиях, указав на следующее.

С октября 2019 года в магазинах торговой сети «Покупочка» Волгограда была введена в действие Программа лояльности для постоянных покупателей магазинов торговой сети «Покупочка», согласно условиям которой приобретение карты лояльности «Покупочка» (карты Участника) и регистрация в соответствии с условиями Программы, предоставляет Участнику право на получение скидок при приобретении товаров в магазинах сети.

Информация о полных правилах Программы карты лояльности и ограничениях по карте постоянного покупателя была заблаговременно размещена на сайте www.rokirochka.ru в свободном доступе, а так же в мобильном приложении «Покупочка». Адрес сайта был доведен до сведения потребителей путем указания непосредственно на карте лояльности, находящейся в свободной реализации на кассе магазинов, что, по мнению представителей ООО «Тамерлан» позволяло покупателю оценить условия участия и принять решение об участии в Программе.

В связи со значительным объемом информации, ООО «Тамерлан» использовал наиболее удобный и доступный способ доведения информации до потребителей о правилах Программы и ограничениях по карте, позволяющий неограниченному кругу потребителей максимально полно ознакомиться со всеми условиями участия в Программе. Размещение в магазинах Общества плакатов и объявлений об условиях Программы носит дополнительный информационный характер и

направляет потребителя к полной информации, указанной на сайте www.pokupochka.ru.

При этом у Общества нет сведений о случаях невозможности доступа к информации, указанной на данном сайте или получения потребителями недостоверной или неполной информации, размещенной в указанном источнике информации. Предоставление полной информации о правилах программы лояльности и ограничениях при использовании карты соответствовало, как считают представители ООО «Тамерлан», требованиям ст. 9 Закона о рекламе.

Названная норма обязывает рекламодателя сообщать не саму информацию об организаторе стимулирующего мероприятия и так далее, а источник этой информации (например, адрес интернет-сайта, номер телефона, по которому можно получить информацию).

Указывая на соблюдение в рассматриваемой ситуации ст. 9 Закона о рекламе, представители ООО «Тамерлан» сослались на судебную практику. Однако номера судебных дел на заседании комиссии представители ООО «Тамерлан» затруднились назвать.

Также представители Общества не смогли уточнить, действуют ли скидки по карте на весь ассортимент товаров торговой сети или только в отношении ограниченного круга товаров.

В связи с изложенным комиссия Волгоградского УФАС России пришла к выводу о необходимости отложения рассмотрения дела для получения полной информации.

На заседании 16.01.2020 представители ООО «Тамерлан» представили дополнительные письменные пояснения по делу. Представители ООО «Тамерлан» подтвердили, что Программа лояльности «Покупочка» не относится к категории стимулирующих мероприятий, однако при её рекламировании должны быть соблюдены требования Закона о рекламе. В обоснование отсутствия вменяемого нарушения, Общество просило учесть следующие обстоятельства:

- в силу 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. По смыслу приведенной нормы в самой рекламе должна содержаться существенная информация, способная вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования;

- как указал Шестнадцатый арбитражный апелляционный суд в постановлении от 28 февраля 2019 года № 16АП-162/19 (по делу №А25-1369/2018), закон не предъявляет требования указать всю существенную информацию, но обязывает формировать у ее потребителя правильное (достоверное) представление с соответствующей продукции (товаре, услуге). Соответственно, доводить до потребителя информацию об условиях рекламных акций, в т.ч. Программы лояльности, способом, установленным ст. 9 Закона о рекламе для стимулирующих мероприятий в части указания на источник информации об организаторе мероприятия и о правилах его проведения, законодательством не запрещено.

- в связи с большим объемом информации об условиях Программы лояльности информация о полных правилах Программы карты лояльности и Ограничениях по карте постоянного покупателя была заблаговременно размещена на сайте «rokiroshka.ru» в свободном доступе. Адрес сайта, был доведен до сведения потребителей путем указания как на самой карте, находящейся в свободной реализации на кассе магазинов, так и дополнительно, на плакатах, объявлениях, размещенных в местах реализации данных карт в магазинах, а так же в мобильном приложении. О достоверности и добросовестности рекламы, доведенной Обществом до потребителей надлежащим образом, т.е. об отсутствии нарушений со стороны Общества, как считает ООО «Тамерлан», свидетельствует и сам заявитель, который указал, что ознакомился с ограничениями по карте лояльности в условиях Программы на сайте Общества;

- Тринадцатый арбитражный апелляционный суд, отменяя своим, постановлением от 30.01.2017. № 13АП—30049/16 по делу № А56—30118/2016 решение суда первой инстанции и постановление административного органа о привлечении организации к административной ответственности, указал, что информация об условиях заключения Публичного договора, размещенная на сайте организации, отвечает требованиям п. 1 и п. 4 ст. 421, ст. 428, ст. 492 и п. 1 ст. 500 ГК РФ в рамках договора присоединения, соответствует принципам доступности и полноты доводимой до потребителей информации и не ограничивает участие потребителей в проводимой акции по картам лояльности. Судебная коллегия по гражданским делам Московского городского суда в своем определении от 22.12.2011 по делу № 33-42810, постановила, что организация вправе в одностороннем порядке изменять правила проведения акции в соответствии с Правилами для участников программы бонусных карт;

- таким образом, Общество считает, что размещение информация о Правилах Программы карты лояльности и ограничениях по карте постоянного покупателя «Покупочка» на сайте организации соответствует принципам доступности и полноты доводимой до потребителей информации, не ограничивает участие потребителей в проводимой акции по картам лояльности и отвечает требованиям достоверности, добропорядочности полноты информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, установленным ст. 5 Закона о рекламе;

- скидки по карте лояльности распространяются на все товары, что создает равные условия при приобретении товаров для всех категорий покупателей. Программа лояльности, к которой в добровольном порядке может присоединиться покупатель, не предполагает возложения на него каких-либо обязанностей. Общество не ограничивало участие потребителей в проводимой акции, т.к. карты лояльности могут быть приобретены в любой торговой точке сети «Покупочка» на условиях Программы лояльности, Правила которой, включая ограничения по карте, в полном объеме и свободном доступе размещены на сайте Общества, адрес которого доведен до сведения потребителей на самой карте, на плакатах, объявлениях, размещенных в местах реализации данных карт в магазинах, а также в мобильном приложении.

С учетом изложенного ООО «Тамерлан» считает, что с его стороны были предприняты все необходимые меры по надлежащему доведению до потребителей полной и достоверной информации об условиях Программы карты

лояльности и ограничениях по карте постоянного покупателя, дающие возможность сформировать у потребителей полное и достоверное представление о товарах и услугах, предоставляемых ООО «Тамерлан» в рамках Программы карт лояльности.

В рамках рассмотрения дела представители торговой сети устно отметили, что Правила программы лояльности с момента введения меняются в сторону улучшения условий для потребителя. Так, на сегодняшний день количество чеков в день составляет уже не более пяти (а не три, как указывал заявитель) по всем картам покупателя, зарегистрированным на один номер телефона, а время необходимого промежутка совершения покупки по одной карте сократилось до 5 мин. (ранее 15 мин.).

Устно представители Общества указали также, что в адрес торговой сети претензий по рекламе не поступало, хотя поступали жалобы на наличие ограничений по карте лояльности. Представители ООО «Тамерлан» обратили внимание, что рассматриваемые в деле плакаты не размещались на наружных рекламных носителях, а висели в торговых очках и содержали дополнительную информацию к существующим Правилам программы лояльности, разъясняя потребителям о существовании таких Правил. Также представители торговой сети отметили, что плакат № 3 содержал сведения о наличии ограничений.

В заседании комиссии 16.01.2020 после получения дополнительной информации от ООО «Тамерлан» был объявлен перерыв до 22.01.2020 до 11 ч 00 мин для изучения представленных сведений.

22.01.2020 после окончания перерыва заседание комиссии было продолжено с участием представителей ООО «Тамерлан».

Выслушав доводы лица, участвующего в деле, изучив имеющиеся материалы дела комиссия установила следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 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.

Рассматриваемая информация (реклама № 1-4) является рекламой, так как отвечает всем квалифицирующим признакам, предусмотренным п. 1 ст. 3 Закона о рекламе:

- информация, распространена в форме плакатов, наклеек, размещенных на внешних входных дверях в торговые точки сети магазинов «Покупочка», на дверцах ящиков хранения, а также непосредственно при входе в магазин и в прикассовых зонах;

- адресована неопределенному кругу лиц и является неперсонифицированной, поскольку невозможно определить заранее, какие конкретно лица будут выступать в качестве получателя данной информации. Не может быть определен и конкретный субъект правоотношений, возникающих по поводу реализации объекта рекламирования. Информация не обращена к конкретному потребителю, сведения не носят персонализированного характера, представляют интерес для

неопределенного круга лиц;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

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 (п. 2 ст. 3 Закона о рекламе).

Объектом рекламирования в рассматриваемом случае выступает торговая сеть «Покупочка» и товары, реализуемые в торговой сети на условиях Программы лояльности (карты постоянных покупателей).

В силу 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.

В силу п. 4 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Как указал Пленум Высшего Арбитражного Суда РФ в п. 28 постановления от 08 октября 2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее - постановление Пленума № 58), рекламодаделец вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара.

При этом Высший Арбитражный Суд отмечает, что оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах (п. 29 постановления Пленума № 58).

Согласно п. 3.3.1 представленных ООО «Тамерлан» Правил программы лояльности «Покупочка» для постоянных покупателей магазинов торговой сети «Покупочка» приобрести основную карту возможно на кассе в любом магазине «Покупочка», оплатив при приобретении карты вступительный взнос.

При этом ООО «Тамерлан» подтвердило в рамках рассмотрения дела, что на использование карты постоянного покупателя наложены некоторые ограничения Правилами программы лояльности. Так, цена по карте постоянного покупателя на товары со знаком «!» на ценнике действует при покупке в день по всем картам клиента, зарегистрированным на один номер <...> до 5 шт. на один товар, до 3 кг на весовой товар. Правилами ограничивается также количество чеков в день не более пяти по всем картам покупателя, зарегистрированным на один номер.

При изучении представленных ООО «Тамерлан» рекламных плакатов, а также рекламы, распространение которой зафиксировано актом мониторинга от 28.10.2019 № 498-р, установлено, что информация о том, что есть ограничения в действии цены по карте лояльности (до 5 шт. на один товар, до 3 кг на весовой товар) были размещены не на всех рекламных материалах.

Информация об ограниченности количества чеков по всем картам покупателя, зарегистрированным на один номер (не более пяти чеков в один день), не была размещена ни на одной рекламной плакате (листочке и т.д.).

В рекламе № 1 предлагается возможность сэкономить, приобрести карту. При этом указывается на способ активации карты. Сайты компании, а также телефон горячей линии указаны не как источники получения какой-либо дополнительной информации о картах.

Реклама, указанная в акте мониторинга от 28.10.2019 № 498-р, соответствующая по содержанию рекламе № 1, а также реклама № 2 не содержат указаний на наличие каких-либо ограничений относительно применения карт лояльности. При этом в рекламе № 2, акцентирующей внимание на преимуществах карты, предлагается всегда предъявлять карту на кассе при оплате товара.

Реклама № 3 указывает лишь на наличие одного из действующих ограничений применения карты лояльности без указания конкретного ограничения (текст в рекламе: *«Есть ограничения в действии цены с картой «Покупочка»*), ссылки на наличие иных ограничений не содержит.

Довод представителей Общества о том, что о достоверности и добросовестности рекламы, доведенной Обществом до потребителей надлежащим образом, свидетельствует сам заявитель, не соответствует фактическим обстоятельствам дела. Заявитель действительно не отрицает, что ознакомился с ограничениями по карте лояльности в условиях Программы на сайте Общества. Однако поводом его обращения в антимонопольный орган поступило как раз то, что информация о наличии таких ограничений не была им получена более нигде.

Комиссией не оспаривается тот факт, что на сайте торговой сети была в полном объеме доведена информация об условиях Программы лояльности, включая действующие ограничения. Однако, что касается рекламы, то вне зависимости от доведения такой информации на сайте или посредством иных источников, потребитель должен знать о наличии не только преимуществ участия в программе лояльности, но также и о наличии ограничений, воспринимая ту информацию, которую рекламодатель доводит до него в рекламном послании, стимулирующем интерес к товарам и услугам.

Изучив представленную ООО «Тамерлан» судебную практику, комиссия считает, что выводы приведенных судов не могут применимы к рассматриваемой ситуации, поскольку предметом споров выступала не реклама акций, распространяемая ответчиками. Суды рассматривали гражданские иски, решая вопросы наличия /отсутствия нарушения прав потребителей.

Предметом рассмотрения комиссии в настоящем деле является распространяемая ООО «Тамерлан» реклама. При этом в каждом случае, в независимости от того распространялась ли она на отдельных наружных

рекламных конструкциях или только в месте продажи товара, реклама должна соответствовать требованиям Закона о рекламе.

Как указано в постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 № 4-П, реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации.

Согласно Международному кодексу рекламной практики, под потребителем рекламы понимается любое лицо, которому адресована реклама или которого она может достичь, вне зависимости от того, является ли он конечным потребителем, торгующим субъектом или пользователем.

Экономической целью размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

Признаком любой рекламы является её способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

Рассматриваемая реклама торговой сети «Почпочки», а именно реклама № 1-№ 3 распространена с нарушением п. 4 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, поскольку не содержит в доступной и понятной для восприятия потребителя форме указаний на ограничивающие условия применения карт лояльности (в том числе ограничения в действии цены и ограничения по количеству чеков в день), которые, в том числе с учётом позиции заявителя, являются существенными для потребителя, приобретающего карту. Указание в рекламе № 2 на необходимость всегда предъявлять карту и получать преимущества, в том числе касающиеся цены товара, с учетом ограничения количества чеков по одной карте покупателя, зарегистрированной на один номер <...> является недостоверным.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение ч. 2-8 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламодаель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе).

Рекламодателем в рассматриваемом случае выступило ООО «Тамерлан» (ИНН 3442050010, ОГРН 1023402635783, адрес: Волгоград, ул. им. Маршала Еременко, д. 100).

Рассматриваемая реклама:

- «Почпочка» с вами 16 лет! Приятно экономить еще больше - с картой! Как активировать карту: смс на короткий номер <...> Тт34 (пробел) номер карты, например: Тт34 123456789101112. Сайт www.pokupochka.ru. Горячая линия (звонок по РФ бесплатный): 8 800 20136 12. Загрузите на App Store, Загрузите на Google Play» (реклама № 1);

- «Почпочка» с вами 16 лет! Приятно экономить еще больше - с картой! Преимущества карты: карта дает право на получение скидки на все товары,

помеченные специальным ценником; всегда предъявляйте вашу карту на кассе при оплате товара; специальные акции и скидки только для владельцев карт; розыгрыши ценных призов среди владельцев Карт, а также участие в различных конкурсах от «Покупочки» и Партнеров» (реклама № 2);

- «Уважаемые покупатели!» Скоро в наших магазинах появится карта постоянного покупателя «Покупочка». Обращайте внимание на Новые ценники! Что это значит? Регулярная цена 100,99. Цена по карте Покупочка 84,99 за шт. – цена для покупателей с картой «Покупочка». ! Есть ограничения в действии цены с картой «Покупочка». Служебная информация для сотрудников магазина (реклама № 3),

размещаемая с октября 2019 года на цветных плакатах в помещениях торгового зала магазинов торговой сети «Покупочка», на ячейках хранения, при входе в магазины, на стенах и торговом оборудовании залов, является ненадлежащей, поскольку распространена с нарушением требований п. 4 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

Согласно ч. 3 ст. 36 Закона о рекламе предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдается на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей и должно содержать указание о прекращении ее распространения.

На момент рассмотрения дела № 034/05/5-1247/2019 в материалы дела не поступили доказательства прекращения распространения спорной рекламы. Таким образом, комиссией Волгоградского УФАС установлены основания для выдачи предписания.

Руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу:

- «Покупочка» с вами 16 лет! Приятно экономить еще больше - с картой! Как активировать карту: смс на короткий номер <...> Тт34 (пробел) номер карты, например: Тт34 123456789101112. Сайт www.pokupochka.ru. Горячая линия (звонок по РФ бесплатный): 8 800 20136 12. Загрузите на App Store, Загрузите на Google Play» (реклама № 1);

- «Покупочка» с вами 16 лет! Приятно экономить еще больше - с картой! Преимущества карты: карта дает право на получение скидки на все товары, помеченные специальным ценником; всегда предъявляйте вашу карту на кассе при оплате товара; специальные акции и скидки только для владельцев карт; розыгрыши ценных призов среди владельцев Карт, а также участие в различных конкурсах от «Покупочки» и Партнеров» (реклама № 2);

- «Уважаемые покупатели!» Скоро в наших магазинах появится карта постоянного покупателя «Покупочка». Обращайте внимание на Новые ценники! Что это значит? Регулярная цена 100,99. Цена по карте Покупочка 84,99 за шт. – цена для покупателей с картой «Покупочка». ! Есть ограничения в действии цены с картой

«Покупочка». Служебная информация для сотрудников магазина (реклама № 3), размещаемую с октября 2019 года на цветных плакатах в помещениях торгового зала магазинов торговой сети «Покупочка», на ячейках хранения, при входе в магазины, на стенах и торговом оборудовании залов, ненадлежащей, нарушающей требования п. 4 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «Тамерлан» (ИНН 3442050010, ОГРН 1023402635783, адрес: Волгоград, ул. им. Маршала Еременко, д. 100) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Волгоградского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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