

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 40-2014

04 июля 2014 года г. Челябинск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Л.Н. Галичина – заместитель руководителя - начальник отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;

члены Комиссии: Н.В. Соболев – ведущий специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

Л.Р. Штепа – специалист 1-го разряда отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

рассмотрев дело № 40-2014 (после перерыва) по признакам нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе») по факту распространения рекламы маркетинговой акции ООО «Русбьюти» «Сенсация 2014 года! 2 500 000 рублей для обладателя призового номера 114!...» в газете «Российская газета» № 33 (6305) 13 февраля 2014 года, в отсутствие Общества с ограниченной ответственностью «Русбьюти» (далее – ООО «Русбьюти»), ФГУ «Редакция «Российской газеты»,

с участием (до перерыва) представителя ООО «Русбьюти» по доверенности № 53-2014 от 24 апреля 2014 года <...>,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области из Региональной общественной приемной Председателя Партии «Единая Россия» поступило заявление жителя города Чебаркуля о ненадлежащей публикации «Сенсация 2014 года! 2 500 000 рублей для обладателя призового номера 114!...» в газете «Российская газета».

Из заявления следует, что данная реклама является обманом, поскольку денежные средства организатор рекламируемого мероприятия не выплачивает.

Проверка публикации показала, что в газете «Российская газета» № 33 (6305) 13 февраля 2014 года на странице 29 размещена следующая информация: «Внимание! Реклама. Сенсация 2014 года! 2 500 000 рублей. Для обладателя призового номера 114! Именно Вы можете стать миллионером уже через 15 дней!

Суперприз 2014 года еще не вручен! Прямо сейчас проверьте, если Призовой номер <...> принадлежит Вам, то именно Вам мы вручим Суперприз 2 500 000 рублей, объявив Вас Главным победителем! Возьмите две последние цифры года, в котором Вы родились. Теперь добавьте Ваш возраст, которого Вы достигли /достигните в 2014 году. Если в результате получилось 114 - поздравляем! Вы победитель! Прямо сейчас позвоните по телефону. Подтвердите Ваш Призовой номер и получите 2 500 000 рублей! Для звонков с мобильного телефона 8 (800) 333 54 64. Для звонков с городского телефона 8 (495) 78535 88».

Данная информация выполнена крупным шрифтом разного цвета и занимает целую полосу газеты. Особенно крупным шрифтом представлены привлекательные сведения о сумме приза.

После фразы «Для обладателя призового номера 114!» под символом (*) указаны сведения: «*При выполнении всех условий маркетинговой акции, указанных ниже**». Данное указание напечатано шрифтом в несколько раз меньшим по сравнению с остальной информацией.

В сноске под символами (**), размещенной внизу газетной полосы присутствует информация об организаторе данной акции ООО «Русбьюти» и указаны условия её проведения. Согласно данной информации претендовать на регистрацию в качестве участника акции возможно после оплаты товара, выбранного из предложенного фирмой каталога, при выполнении всех необходимых условий, обладатель главного приза и обладатель дополнительных призов будут определены не случайным образом, а специальной комиссией согласно «Правилам проведения маркетинговых акций, определения призеров и вручения призов» с учетом суммы заказа (максимальной), даты поступления заказа, факта поступления в полном объеме оплаты по данному заказу (в соответствии с данными об оплате, поступившими от кредитной организации).

Данный текст очень мелкий, мельче обычного газетного шрифта, сужен, совсем не содержит межбуквенных и интервалов, межстрочные интервалы ничтожно малы, строки длинные, межсловесные интервалы также очень маленькие.

В связи с тем, что такая реклама может сформировать у потребителя ошибочное восприятие, то есть способна ввести в заблуждение, Челябинским УФАС России возбуждено дело в отношении ООО «Русбьюти» по признакам нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», согласно которой 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 сведениям редакции газеты «Российская газета» ФГУ «Редакция «Российской газеты», поступившим на запрос Челябинского УФАС России, договор на размещение рекламы заключен с ООО «Русбьюти».

ООО «Русбьюти» считает, что не нарушило рекламное законодательство, указанная акция изначально проводилась с 16 декабря 2013 года по 28 февраля 2014 года, затем финал акции был перенесен на 27 марта 2014, а потом еще на 22 мая 2014 года. В настоящее время мероприятие не завершено и его сроки вновь продлены до 30 июня 2014 года, в связи с чем, главный победитель не определен и

главный приз еще не вручен. Реклама была размещена на развороте газеты формата А3. Под текстом «2 500 000 рублей для обладателя призового номера 114» размещена информация «При выполнении всех условий маркетинговой акции, указанных ниже», призванная обращать внимание потребителей на текст условий проводимого мероприятия. В нижней части рекламы размещены условия проведения маркетинговой акции, из которых четко понимается суть проводимого мероприятия. Размер шрифта, используемого в рекламе, определяется исходя из эстетических предпочтений рекламодателя и его выбор ничем не обусловлен в виду отсутствия соответствующего требования действующего законодательства. Считает, что потребитель по собственному усмотрению принимает или не принимает решение о заказе и оплате товара из каталога. В случае принятия решения о заказе товара клиент выбирает из каталога товар и направляет квитанции об оплате товара, бланк заказа с указанием выбранного товара в адрес ООО «Русбьюти». Между клиентом и ООО «Русбьюти» фактически заключается договор купли-продажи и клиент становится зарегистрированным участником маркетинговой акции.

Представитель ООО «Русбьюти» на заседании Комиссии пояснил, что ООО «Русбьюти» на протяжении 16 лет осуществляет свою деятельность по дистрибьютерской продаже товаров через каталоги, проводит акции подобные рекламируемой, вручает все призы победителям, за время его деятельности вручено более 80 миллионов рублей. Максимальная сумма заказов победителей по проводимым ООО «Русбьюти» акциям не разглашается в целях исключения возможности её вычисления участниками. Указала, что деятельность ООО «Русбьюти» неоднократно проверяли контрольные и надзорные органы, которые не выявили нарушений.

Рассмотрев заявление и материалы, Комиссия пришла к следующим выводам.

В газете «Российская газета» № 33 (6305) 13 февраля 2014 года на странице 29 размещена реклама маркетинговой акции «Сенсация 2014 года! 2 500 000 рублей. Для обладателя призового номера 114!» ООО «Русбьюти».

Из содержания рекламы следует, что победителем, а именно получателем 2 500 000 рублей, может стать любой человек, если в результате определенных арифметических действий с числом, составляющим год его рождения и достигнутым возрастом в год публикации рекламы, получится число 114. В данном случае рекламодателем определено универсальное число 114, благодаря которому практически или теоретически у любого человека в результате предлагаемых вычислений получится число 114, то есть рекламодателем использован математический фокус. Эти сведения представлены таким образом, чтобы привлечь внимание читателей к наиболее привлекательным условиям о сумме выигрыша при совпадении числа 114.

В то же время не каждый у кого совпало число 114 становится победителем, потому что в сноске внизу рекламной публикации указаны обязательные условия при выполнении которых только один участник может выиграть обещанные 2 500 000 рублей, и таким условием является заказ и оплата товара на максимальную сумму. При этом гражданин не автоматически становится победителем акции, решение о победителе принимает специально созданная комиссия с учетом максимальной суммы заказа.

Однако эти обязательные для выполнения условия написаны в труднодоступном формате, осложняющем их восприятие, что может привести к тому, что не каждый читатель, который заинтересуется данной маркетинговой акцией, будет их читать.

Несмотря на то что данные условия хотя и написаны в труднодоступном формате, все же могут быть прочитаны без применения специальных усилий и применения специальных средств, что свидетельствует о том, что в рекламе присутствует вся существенная информация.

Следовательно, признаки нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в данной рекламе отсутствуют.

При таких обстоятельствах, Комиссия считает, что производство по данному делу подлежит прекращению.

Однако в связи с тем, что существенная информация об обязательных условиях участия в акции, выполненная в трудновоспринимаемой форме, способна ввести в заблуждение, Комиссия полагает, что данная информация должна быть доведена до потребителя в ясной, четкой форме достаточного размера.

Руководствуясь абзацем «а» пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Производство по делу № 40-2014 прекратить.
2. Рекомендовать ООО «Русбьюти» указывать в рекламе маркетинговой акции «Сенсация 2014 года! 2 500 000 рублей. Для обладателя призового номера 114!» существенную информацию об обязательных условиях участия в акции на площади не менее чем 20 процентов от общей площади всей рекламы. О выполнении данной рекомендации сообщить в Челябинское УФАС России в срок до 20 августа 2014 года.

Председатель Комиссии

Л.Н. Галичина

Члены Комиссии

Н.В. Соболев

Л.Р. Штепа