

**Лицу, в действиях которого
содержатся признаки нарушения
законодательства о рекламе:**

Индивидуальному предпринимателю

«...»

«...»

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ

№ 019/05/5-449/2022

Резолютивная часть решения оглашена 24.10.2022 г.
Абакан

г.

В полном объеме решение изготовлено 24.10.2022 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия (далее – Хакасское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель комиссии: «...» – заместитель руководителя управления – начальник отдела антимонопольного законодательства и рекламы;

Члены комиссии:

«...» – главный специалист-эксперт
отдела антимонопольного
законодательства и рекламы;

«...» – главный специалист-эксперт
отдела антимонопольного
законодательства и рекламы;

«...» – ведущий специалист-эксперт
отдела товарных, финансовых
рынков и естественных монополий
(отсутствует),

в отсутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – индивидуального предпринимателя «...», надлежащим образом уведомленного о времени и месте рассмотрения дела,

рассмотрев материалы дела, возбужденного в отношении ИП «...» по признакам нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившимся в распространении по адресу: г. Абакан, ул. Крылова д. 74, на рекламной конструкции рекламной информации следующего содержания: «Ладошки гипермаркет детских товаров ул. Итыгина 17В 8(390) 230-57-35 15% скидка на товары для новорожденных * при предъявлении родового сертификата»,

УСТАНОВИЛА:

22.06.2022 в ходе проведения мониторинга за соблюдением в Республике Хакасия законодательства Российской Федерации о рекламе сотрудником Хакасского УФАС России по адресу: г. Абакан, ул. Крылова д. 74, на рекламной конструкции обнаружена рекламная информация следующего содержания: «Ладошки гипермаркет детских товаров ул. Итыгина 17В 8(390) 230-57-35 15% скидка на товары для новорожденных * при предъявлении родового сертификата», содержащая признаки нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Определением от 26.07.2022 (исх. № 04-4786/ИР) возбуждено дело № 019/05/5-449/2022 по признакам нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе. Рассмотрение дела назначено 31.08.2022 в 11 часов 00 минут.

До заседания Комиссии Хакасского УФАС России в адрес антимонопольного органа поступили пояснения ИП «...» о несогласии с вменяемым нарушением, а также договор № 856 от 25.02.2021 на размещение и изготовление рекламного

материала на носителях формата 3м * 6м, стоимость размещения рекламы составила 20 000 рублей.

Определением Хакасского УФАС России от 31.08.2022 (исх. № 04-5710/ОЛ) рассмотрение дела отложено на 29.09.2022 в 11 часов 00 минут.

На 29.09.2022 сведения о надлежащем уведомлении ИП «...» у Хакасского УФАС России отсутствуют.

Определением Хакасского УФАС России от 29.09.2022 (исх. № 6444/22) об отложении рассмотрения дела, рассмотрение дела отложено на 24.10.2022 в 14 часов 00 минут.

19.10.2022 (вх. № 10063-ЭП/22) в адрес Хакасского УФАС России поступили документы и сведения ИП «...», имеющие следующее содержание.

И П «...» считает, что если на рекламном баннере нет прямого указания на срок проведения акции, то из этого следует, что проводимая акция является бессрочной.

На баннере указаны все необходимые существенные условия акции, а именно размер скидки, адрес проведения акции, категория товара, на который распространяется акция, документ, необходимый для участия в акции.

И П «...» считает, что с его стороны нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе не имеется.

Дополнительно к пояснениям приложены фото демонтажа спорной рекламной информации, перечень товаров, реализуемых ИП «...», относящиеся к категории товаров для новорожденных.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия Хакасского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе - реклама - 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.

Пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе установлено, что 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.

Данная реклама, распространена в общественном месте, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – акция магазина.

Таким образом, информация, распространенная на рекламном баннере ИП «...» полностью подпадает под понятие реклама, так как имеет все признаки вышеуказанных понятий.

В пункте 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъяснено, что согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе 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, является рекламой и должна в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе.

В соответствии с частью 7 статьи 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.

Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о рекламном продукте приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым продуктом.

Следует отметить, что положения части 7 статьи 5 Закона о рекламе распространяют свое действие и на все объекты рекламирования, поскольку являются общими по отношению абсолютно ко всем объектам рекламирования и не содержат каких-либо исключений из сферы своего действия.

В этой связи упоминание в рекламе акции без указания на наличие существенных условий по данным акциям: **сроки**, акционные товары, подарки, является признаком нарушения части 7 статьи 5 Закона о

рекламе.

Вышеназванная позиция подтверждается судебной практикой (Постановление Шестнадцатого арбитражного апелляционного суда от 28.02.2019 № 16АП-162/2019 по делу № А25-1369/2018).

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель. На основании имеющихся сведений, рекламодателем является ИП «...» (ИНН: «...»).

По смыслу части 7 статьи 5 Закона о рекламе в самой рекламе должна содержаться существенная информация, способная вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования. Закон не предъявляет требования указать всю существенную информацию, но **обязывает формировать у ее потребителя правильное (достоверное) представление о соответствующей продукции (товаре, услуге).**

Целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, способных вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление о рекламодателе, объекте рекламирования. Недостаточная информированность потребителя обо всех условиях рекламируемого товара (работы, 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.

Предоставление скидок на товары является одним из наиболее распространенных способов стимулирования продаж. Снижение цены на товар стимулирует потребителей покупать товар в большем объеме. Поэтому указание в рекламе на более низкие цены, скидки - один из самых распространенных рекламных приемов. Указание на цены и скидки в рекламе должно быть достоверным.

Из содержания, размещенного ИП «...» рекламного продукта следует, что в магазине «Ладошки» ИП «...» возможно приобрести товары для новорожденных со скидкой 15 % при предъявлении родового сертификата.

Однако в размещенной ИП «...» рекламе отсутствует существенная информация об условиях проведения акции, связанной с

реализацией товара по скидке, так как в качестве стоимостного показателя применена только фраза «скидка 15%» без указания сроков, на которые распространяется акция.

В силу [статьи 11](#) Закона о рекламе если в соответствии с Гражданским [кодексом](#) Российской Федерации (далее – ГК РФ) реклама признается офертой, такая оферта действует в течение двух месяцев со дня распространения рекламы при условии, что в ней не указан иной срок.

[Частью 2 статьи 437](#) ГК РФ признается офертой (публичной офертой) содержащее все существенные условия договора предложение, из которого усматривается воля лица, делающего предложение, заключить договор на указанных в предложении условиях с любым, кто отзовется.

Поскольку спорная реклама не содержит существенного условия о цене товара, Комиссия приходит к выводу о том, что реклама не отвечает признакам публичной оферты, в связи с чем должна содержать информацию о сроке действия акции либо информацию о дате начала ее распространения либо о дате ее окончания.

В рассматриваемой ситуации ИП «...» выделил только наиболее привлекательное для потребителя условие - процент скидки. Иные условия, необходимые потребителю для принятия осознанного решения по приобретению товара (первоначальная стоимость предлагаемого к продаже со скидкой товара и сроки действия акции), в рекламном продукте отсутствуют.

Отсутствие в рекламе существенной части информации о сроках предоставления скидок приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой.

Комиссия, рассмотрев материалы дела, пришла к выводу о наличии в действиях ИП «...» нарушения рекламного законодательства, а именно в распространении рекламы акции на баннере, размещенном по адресу: г. Абакан, ул. Крылова д. 74, на рекламной конструкции рекламной информации следующего содержания: «Ладошки гипермаркет детских товаров ул. Итыгина 17В 8(390) 230-57-35 15% скидка на товары для новорожденных * при предъявлении родового сертификата» без указания проведения сроков акции.

Кроме того, Комиссией Хакасского УФАС России решено не

выдавать предписание по настоящему делу, в связи с тем, что спорный рекламный баннер был демонтирован.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922, Комиссия Хакасского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «Ладшки гипермаркет детских товаров ул. Итыгина 17В 8(390) 230-57-35 15% скидка на товары для новорожденных * при предъявлении родового сертификата», распространяемую ИП «...», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе.
2. Предписание по настоящему делу не выдавать.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хакасского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия в Арбитражный суд Республики Хакасия.

Председатель комиссии: «...»

Члены комиссии: «...»

«...»

