

ИГ/58190/17 от 14.11.2017

ООО «Синема Стар»

Черняховского ул., д. 16, пом. II,
ком. 10,
г. Москва, 125319

ИП Беловой В.В.

<...>

РЕШЕНИЕ

по делу № 3-5-183/77-17

24 октября 2017 года

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии –<...>,

членов Комиссии – <...>, <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3-5-183/77-17, возбужденное в отношении ИП Беловой В.В. (ОГРН 315774600099240) по факту распространения 27.11.2017, 18.12.2016 на билетах в кинотеатр «Синема Стар», расположенный по адресу: 127204, г. Москва, Дмитровское ш., д. 163А,

рекламы «Play Lab; лаборатория игр; Бесплатно 2 игры на аэрохоккеях; Скидка 17% на празднование дня рождения в семейном развлекательном центре PLAY LAB; Ищите PLAY LAB в ТРЦ «РИО» или на сайте www.playlab.su; данный купон необходимо предъявить на кассе ДРЦ», с признаками нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, когда при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы,

в присутствии представителя ИП Беловой В.В. в лице Позднякова Б.Ф. (по доверенности № 87 от 01.10.2017),

в отсутствие представителей ООО «Синема Стар» (уведомлено надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-183/77-17 возбуждено в отношении ИП Беловой В.В. на основании заявления физического лица, в результате рассмотрения которого установлен факт распространения на билетах в кинотеатр «Синема Стар» рекламы «Play Lab; лаборатория игр; Бесплатно 2 игры на аэрохоккеях; Скидка 17% на празднование дня рождения в семейном развлекательном центре PLAY LAB; Ищите PLAY LAB в ТРЦ «РИО» или на сайте www.playlab.su; данный купон необходимо предъявить на кассе ДРЦ».

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителя ИП Беловой В.В., оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ИП Белова В.В. <...> включена в Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей 25.03.2015 за основным государственным регистрационным номером 315774600099240, ИНН 772374630630.

ООО «Синема Стар» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 15.08.2014 за основным государственным регистрационным номером 1147746931530, ИНН 7714942779, КПП 771401001.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой является 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.

В соответствии с пунктом 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и

поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Таким образом, для признания спорной информации рекламой такая информация должна отвечать определенным признакам, а именно: быть распространенной; адресованной неопределенному кругу лиц; направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему; направленной на продвижение объекта рекламирования на рынке.

Спорная реклама содержала следующие сведения: *«Лаборатория игр PLAY LAB СКИДКА 17% на празднование ДНЯ РОЖДЕНИЯ в семейном развлекательном центре PLAY LAB* БЕСПЛАТНО 2 игры на аэрохоккеях. Ищите PLAY LAB в ТРЦ «РИО» или на сайте www.playlab.ru. *данный купон необходимо предъявить на кассе ДРЦ...»*.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что в настоящем случае привлекалось внимание к услуге, реализуемой в детском развлекательном центре «PLAY LAB», посредством предложения воспользоваться купоном и получить бесплатно 2 игры в аэрохоккей.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания потребителя, в том числе посредством возможности воспользоваться бесплатной услугой.

Резюмируя изложенное, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рассматриваемая реклама на билетах в кинотеатр «Синема Стар» была распространена и адресована неопределенному кругу лиц-потребителей рекламы. Данный вывод лицами, участвующими в деле, не оспаривается.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе под объектом рекламирования понимается 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.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация распространялась неопределенному кругу лиц, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Таким образом, рассматриваемая реклама должна соответствовать требованиям Закона 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.

Данная норма права запрещает вводить потребителей в заблуждение посредством искажения смысла рекламной информации ввиду отсутствия части существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования.

Таким образом, норма части 7 статьи 5 Закона о рекламе запрещает в

рекламе умалчивать или доводить ненадлежащим образом информацию, которая, будучи однозначно сообщенной, изменила бы созданное рекламой представление потребителей о товаре, об условиях его приобретения или использования.

Отсутствие в рекламе какой-либо части информации о товаре (услуге) приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым товаром (услугой).

В соответствии с пунктом 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «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.

Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования.

В настоящем случае основной рекламный макет является ярким, привлекающим к себе внимание, текст в нем выполнен крупным, хорошо читаемым контрастным шрифтом, размещенном на ярком фоне, в результате чего внимание потребителей рекламы привлекается именно к данной части рекламы.

Из буквального прочтения указанного текста рекламы следует, что лицо, предъявившее данный купон в детском развлекательном центре «PLAY LAB», имеет возможность получить бесплатно 2 игры в аэрохоккей.

Между тем, согласно представленным материалам дела, 2 игры в аэрохоккей по данному купону можно получить только при условии покупки игровой карты. В рассматриваемом купоне информация об обязательном приобретении игровой карты и иных условиях участия отсутствует.

Таким образом, сам рекламный макет не содержит в себе сведений об обязательном приобретении игровой карты, следовательно производит на лиц-потребителей рекламы впечатление о том, что дополнительных действий для получения услуги не требуется.

Между тем, воспользоваться указанной акцией, ограничившись вышеуказанными действиями, невозможно.

Подобные способ и форма изложения информации в рекламе приводят к созданию у лиц-потребителей рекламы ложного представления о характере акции, необходимых действиях для участия в данной акции и об условиях приобретения.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий не

позволяет потребителю рекламы воспринимать данные сведения в силу способа их изложения, а также их содержания.

Все вышеприведенные обстоятельства позволяют сделать вывод о том, что ИП Белова В.В. проявила недобросовестность при определении содержания рекламы, что привело к искажению смысла рекламы и ввело в заблуждение ее потребителей.

Таким образом, в спорной рекламе усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования.

Ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе несет рекламоатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламоателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с документами и сведениями, представленными ООО «Синема Стар», рассматриваемая реклама распространялась на основании договора № 25-СС-2016 от 20.10.2016 (далее — Договор), заключенного между ООО «Синема Стар» и ИП Беловой В.В.

Согласно пункту 1.1 Договора, ООО «Синема Стар» обязуется предоставить услуги по размещению рекламной-информационной информации и/или материалов предоставляемых ИП Беловой В.В., на кинобилетах, распространяемых ООО «Синема Стар», а ИП Белова В.В. обязуется оплатить оказанные ООО «Синема Стар» услуги в размере, порядке и на условиях, предусмотренных Договором.

В соответствии с пунктом 2.4.5 Договора, ИП Белова В.В. обязана обеспечить на рекламной-информационной информации и/или материалах размещение информации в соответствии с требованиями Закона о рекламе и иного действующего законодательства Российской Федерации.

Согласно пункту 4.7 Договора, ИП Белова В.В. гарантирует, что он является владельцем/законным представителем владельца всех соответствующих прав, которые передает ООО «Синема Стар» и несет полную ответственность за содержание рекламы, за соблюдение авторских и смежных прав в отношении произведений, вошедших полностью или частично в рекламные материалы. Все претензии в отношении рекламы, в том числе авторов и обладателей смежных прав должны быть удовлетворены ИП Беловой В.В. своими силами и средствами.

На основании изложенного и учитывая то обстоятельство, что размещение спорной рекламы на билетах в кинотеатр «Синема Стар» осуществлялось в интересах и по заказу ИП Беловой В.В., Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламоателем спорной рекламы является ИП Белова В.В., что подтверждается материалами дела и ИП Беловой В.В. не оспаривается.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России, в действиях ИП Беловой В.В. при распространении 27.11.2017, 18.12.2016 на билетах в кинотеатр «Синема Стар», расположенного по адресу: 127204, г. Москва, Дмитровское ш., д. 163А, рекламы «Play Lab; лаборатория игр; Бесплатно 2 игры на аэрохоккеях; Скидка 17% на празднование дня рождения в семейном развлекательном центре PLAY LAB; Ищите PLAY LAB

в ТРЦ «РИО» или на сайте www.playlab.su; данный купон необходимо предъявить на кассе ДРЦ» установлено нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Также в соответствии с материалами дела № 3-5-183/77-17 в распространении вышеуказанной рекламы принимало участие ООО «Синема Стар».

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ИП Беловой В.В., ООО «Синема Стар» предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, недопущении распространения рекламы с нарушением законодательства о рекламе.

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 Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ИП Белову В.В. (ОГРН 315774600099240) нарушившей требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе при распространении 27.11.2017, 18.12.2016 на билетах в кинотеатр «Синема Стар», расположенный по адресу: 127204, г. Москва, Дмитровское ш., д. 163А, рекламы «Play Lab; лаборатория игр;

Бесплатно 2 игры на аэрохоккеях; Скидка 17% на празднование дня рождения в семейном развлекательном центре PLAY LAB; Ищите PLAY LAB в ТРЦ «РИО» или на сайте www.playlab.ru; данный купон необходимо предъявить на кассе ДРЦ».

2. Выдать ИП Беловой В.В. (ОГРН 315774600099240), ООО «Синема Стар» (ОГРН 1147746931530) предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, недопущении распространения рекламы с нарушением законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского 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

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

<...>

Исполнитель:<...>