

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «08» сентября 2015 года.

В полном объеме решение изготовлено «16» октября 2015 года.

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

председателя Комиссии – И.С. Гудковой,

членов Комиссии – Н.М. Семеновой, А.В. Дерманца,

рассмотрев дело № 3-5-139/77-15 возбужденное в отношении ООО «Директ Почта» по факту распространения в газете «Аргументы и Факты» (№ 12, 2015) рекламы маркетинговой акции «Первая Призовая акция 2015 года», проводимой ООО «Директ Почта», с признаками нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре,

в присутствии:

представителя ООО «Директ Почта» (по доверенности № б/н от 08.09.2015),

в отсутствие:

представителя ЗАО «Аргументы и Факты»,

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-139/77-15 возбуждено в отношении ООО «Директ Почта» на основании обращения физического лица (вх. № 10398 от 30.03.2015) по факту распространения в газете «Аргументы и Факты» (№ 12, 2015) рекламы маркетинговой акции «Первая Призовая акция 2015 года», проводимой ООО «Директ Почта».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения части 7

статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре.

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

ООО «Директ Почта» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным регистрационным номером 1157746030309, ИНН 7714326233, КПП 771401001.

В газете «Аргументы и Факты» (№ 12, 2015) распространялась следующая информация: «Мы разыскиваем Главного победителя «Первой Призовой акции 2015 года», чтобы вручить ему кроссовер KIA Sportage стоимостью 1 000 000 рублей! Именно Вы можете стать хозяином нового автомобиля KIA Sportage! Или заберете 1 000 000 рублей* Только 1 человек станет Главным победителем и хозяином нового автомобиля стоимостью 1 000 000 рублей совершенно бесплатно! Может быть, это Вы? Проверьте прямо сейчас: 1. Отнимите от 2 последних цифр Вашего года рождения число 15. 2. К полученному числу прибавьте Ваш возраст, достигнутый в 2015 году. Внимание! Если у Вас получилось 100, поздравляем: Вы — победитель! Скорее позвоните нам и получите KIA Sportage или 1 000 000 рублей — на Ваш выбор!* 8 (800) 555-80-09 звонок бесплатный и с мобильного, и с городского номера.».

Размещение данной информации сопровождается изображением автомобиля KIA Sportage, и дополнительными сведениями (условиями акции), изложенными мелким шрифтом и расположенными под рекламой внизу рассматриваемого макета. Данные сведения содержат, в том числе, информацию об организаторе мероприятия — ООО «Директ Почта».

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространяемая 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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Газета «Аргументы и Факты» зарегистрирована в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство ПИ № ФС77-27097).

Таким образом, установлено, что газета «Аргументы и Факты» является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы.

Каких-либо ограничений по кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является товар, средство 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.

В настоящем случае объектом рекламирования выступает стимулирующее мероприятие, проводимое ООО «Директ Почта».

На основании изложенного, информация о стимулирующем мероприятии, проводимом ООО «Директ Почта», размещенная в газете «Аргументы и Факты» (№ 12, 2015), является рекламой.

Размещение спорной рекламы в газете «Аргументы и Факты» (№ 12, 2015) осуществлялось на основании договора № ДП/2 от 02.02.2015, заключенного между ЗАО «Аргументы и Факты» и ООО «Директ Почта».

Предметом договора № ДП/2 от 02.02.2015 является оказание ЗАО «Аргументы и Факты» комплекса рекламных услуг ООО «Почта Сервис».

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

На основании представленных в материалах настоящего дела документов установлено, что ООО «Директ Почта» осуществляет, в том числе, деятельность, связанную с розничной торговлей товарами дистанционным способом.

В целях поддержания интереса к своим товарам и способствованию их реализации, ООО «Директ Почта» проводит стимулирующие мероприятия (маркетинговые акции с вручением ценных призов), информация об одном из которых была размещена в газете «Аргументы и Факты» (№ 12, 2015). Данный факт подтверждается письменными пояснениями Общества и не отрицался представителем ООО «Директ Почта» в ходе рассмотрения настоящего дела.

На основании изложенного и учитывая то обстоятельство, что размещение спорной рекламы в газете «Аргументы и Факты» (№ 12, 2015) осуществлялось в интересах и по заказу ООО «Директ Почта», Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем спорной рекламы является ООО «Директ Почта».

Комиссией Московского УФАС России также установлено, что размещение спорной рекламы осуществлялось в газете, учредителем и издателем которой является ЗАО «Аргументы и Факты», что подтверждается выходными данными газеты.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является лицо осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламораспространителем является лицо, осуществляющее фактическое доведение содержания объекта рекламирования до сведения потребителей.

На основании изложенного и принимая во внимание вышеизложенные обстоятельства распространения рассматриваемой рекламы, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламораспространителем спорной рекламы является ЗАО «Аргументы и Фаткты».

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 информацию, которая, будучи 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).

Размещенная в газете «Аргументы и Фаткты» (№ 12, 2015) реклама маркетинговой акции «Первая Призовая акция 2015 года» следующего содержания: «Мы разыскиваем Главного победителя «Первой Призовой акции 2015 года», чтобы вручить ему кроссовер KIA Sportage стоимостью 1 000 000 рублей! Именно Вы можете стать хозяином нового автомобиля KIA Sportage! Или заберете 1 000 000 рублей* Только 1 человек станет Главным победителем и хозяином нового автомобиля стоимостью 1 000 000 рублей совершенно бесплатно! Может быть, это Вы? Проверьте прямо сейчас: 1. Отнимите от 2 последних цифр Вашего года рождения число 15. 2. К полученному числу прибавьте Ваш возраст, достигнутый в 2015 году. Внимание! Если у Вас получилось 100, поздравляем: Вы — победитель! Скорее позвоните нам и получите KIA Sportage или 1 000 000 рублей — на Ваш выбор!* 8 (800) 555-80-09 звонок бесплатный и с мобильного, и с городского номера.», занимает всю страницы газеты (полосу).

При этом, вышеуказанный текст рекламы выполнен крупным, хорошо читаемым контрастным шрифтом, размещенном на ярком фоне, в результате чего внимание потребителей рекламы привлекается именно к данной части рекламы.

Вместе с тем, размещение данной информации сопровождается дополнительными сведениями, изложенными мелким, трудночитаемым шрифтом и расположенными внизу рассматриваемого макета.

Дополнительные сведения содержат следующую информацию: «** ООО «Директ Почта» для продвижения товаров по почтовым каталогам проводит в срок с 12.03.15 по 12.05.15 маркетинговую акцию с вручением главного приза - 800 000 р., доп. Премий — 150 000 р., 50 000 р. (далее - «приз», «премии»). В данном макете главный приз 1 000 000 р. представлен как сумма

главного приза 800 000 р. и доп. Премий 150 000 р. и 50 000 р. (в данном макете главный приз представлен как автомобиль KIA Sportage ил его денежный эквивалент — 1 000 000 р.) при условии, что сумма заказа главного победителя не менее чем в три раза больше суммы заказа претендентов на доп. премии. 1) настоящая акция не является конкурсом, игрой или лотереей, т. к. не основана на риске. На первом этапе всем клиентам предлагается произвести расчет. Все клиенты объявляются победителями, если в результате расчетов получится призовой номер <...>. Клиенты, позвонившие по телефону с указанием результата (правильного или неправильного) по настоящему рекламному объявлению в прессе, выражают свое согласие на получение товарного каталога и набора документов информационного характера. 2) на 2-м этапе клиенты, сделавшие и оплатившие заказ из каталога, при выполнении всех условий становятся зарегистрированными участниками акции и претендуют в ее финале на получение приза и премий. Если главный победитель выбирает в качестве главного приза автомобиль, то главный победитель самостоятельно и за свой счет производит расчет и оплату налога на доходы физических лиц в соответствии с действующим законодательством РФ и самостоятельно подает данные в ИФНС России. 3) Владелец приза (главный победитель) и владельцы премии будут определены в финале акции не случайным образом, а комиссией, согласно «Правилам проведения акции, определения призеров и вручения призов», с учетом суммы заказа (максимальной), даты поступления заказа (быстрый ответ не является основным критерием, преимущество имеет сумма заказа), факта поступления в полном объеме оплаты по данному заказу (в соответствии с данными об оплате, поступившими от кредитной организации). Приз и премии вручаются бесплатно безналичным путем в течении 30 дней, но не позднее 30 дней со дня получения банк. реквизитов за вычетом НДС в размере 35%. 4) Регистрация на участие в акции завершается за 2 дня до финала по почтовому штемпелю. Предложение действительно для граждан РФ от 18 лет. 5) Организатор (продавец) — ООО «Директ Почта», ОГРН 1157746030309. Адрес: 127422, г. Москва, ул. Костякова, д. 10. Информацию об организаторе акции, правилах ее проведения, количестве призов, сроках, месте и порядке их вручения получите по тел. 8 (495) 933 54-73 (пн. - пт. 7:00 — 22:00, вых. 9:00 — 21:00)».

Все вышеуказанные дополнительные сведения занимают незначительную часть рекламного макета и расположены отдельным блоком, визуально не ассоциирующимся с рекламным макетом.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий не позволяет потребителю рекламы воспринимать данные сведения в силу способа их изложения, а также их содержания.

Комиссия Московского УФАС России, оценивая содержание спорной рекламы, считает необходимым отметить следующее.

Основной блок спорной рекламы содержит следующую информацию: «Мы разыскиваем Главного победителя «Первой Призовой акции 2015 года», чтобы вручить ему кроссовер KIA Sportage стоимостью 1 000 000 рублей! Именно Вы можете стать хозяином нового автомобиля KIA Sportage! Или заберете 1 000 000 рублей* Только 1 человек станет Главным победителем и хозяином нового автомобиля стоимостью 1 000 000 рублей совершенно бесплатно! Может быть, это Вы? Проверьте прямо сейчас: 1. Отнимите от 2 последних цифр Вашего года рождения число 15. 2. К полученному числу прибавьте Ваш возраст, достигнутый в 2015 году. Внимание! Если у Вас получилось 100, поздравляем: Вы — победитель! Скорее позвоните нам и получите KIA Sportage или 1 000 000 рублей — на Ваш выбор!* 8 (800) 555-80-09 звонок бесплатный и с мобильного, и с городского номера.».

Из буквального прочтения указанного текста рекламы следует, что лицо, получившее в результате вычислений число 100, становится победителем и получает автомобиля KIA Sportage или 1 000 000 рублей по своему выбору.

Вместе с тем, согласно Правилам проведения маркетинговых акций, определения призеров и вручения призов, утвержденных генеральным директором ООО «Директ Почта» (далее — Правила), стать обладателем главного приза в результате совершения вышеописанных действий невозможно.

В соответствии с пунктом 3.11 Правил, «главным победителем» признается клиент, сделавший и оплативший заказы на наибольшую сумму, при условии полной оплаты заказов и неполучения в прошлом главных призов в других акциях, проводимых ООО «Директ Почта».

В соответствии с Условиями проведения маркетинговой акции, а также положениями Правил, для того, чтобы принять участие в рекламируемом стимулирующем мероприятии, необходимо заказать и оплатить товар из каталога ООО «Директ Почта».

Установлено, что лицо, выполнившее указанные в рекламе действия, фактически получает только право выразить свое согласие на получение товарного каталога и набора документов информационного характера, позволяющих принять участие в акции. Для участия в стимулирующем мероприятии ООО «Директ Почта» не требуется выполнение каких-либо арифметических действий. При этом, число 100 получается при выполнении указанных в рекламе вычислений практически у всех лиц, родившихся до 1998 года. В рассматриваемом случае ООО «Директ Почта» применен «математический фокус» с целью дополнительного стимулирования интереса потребителей рекламы.

Таким образом, лицо, выполнившее указанные в рекламе условия, фактически не совершает никаких действий, направленных на участие в стимулирующем мероприятии ООО «Директ Почта».

Между тем, наличие в рекламе следующих утверждений: «Только 1 человек станет Главным победителем и хозяином нового автомобиля стоимостью 1 000 000 рублей совершенно бесплатно! Может быть, это Вы? Проверьте прямо сейчас: 1. Отнимите от 2 последних цифр Вашего года рождения число 15. 2. К полученному числу прибавьте Ваш возраст, достигнутый в 2015 году. Внимание! Если у Вас получилось 100, поздравляем: Вы — победитель! Скорее позвоните нам и получите KIA Sportage или 1 000 000 рублей — на Ваш выбор!», способно создать у потребителей рекламы впечатление о том, что при получении числа 100 в результате указанных в рекламе вычислений, выигрыш автомобиля KIA Sportage и л и выплата денежного приза в размере 1 000 000 рублей гарантирована. Однако, как было установлено ранее, данное впечатление является ложным.

Стоит также отметить, что приведенный в спорной рекламе термин «главный победитель» использован в значении, не соответствующем общепринятому толкованию значения данного слова.

Так, согласно толковому словарю Ушакова Д.Н., победитель — это тот, кто победил. Аналогичное толкование слова победитель содержится и в толковом словаре Ожегова С.И., а именно, победитель — это тот, кто победил, одержал победу.

Все вышеприведенные обстоятельства позволяют сделать вывод о том, что ООО «Директ Почта» проявило недобросовестность при определении содержания рекламы, что привело к искажению смысла рекламы и ввело в заблуждение ее потребителей.

Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», если в рекламе 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.

Принимая во внимание наличие в спорной рекламе противоречивых сведений о правилах определения обладателя приза, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что данная информация в рекламе фактически отсутствует.

Таким образом, при распространении в газете «Аргументы и Факты» (№ 12, 2015) рекламы рассматриваемого стимулирующего мероприятия установлено нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

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

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО «Директ Почта», при размещении в газете «Аргументы и Факты» (№ 12, 2015) рекламы рассматриваемого стимулирующего мероприятия, установлено нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

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.

Сторонами по делу документы, свидетельствующие о прекращении распространения рекламы с нарушением части 7 статьи 5 Закона о рекламе, не представлены.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Директ Почта», ЗАО «Аргументы и Факты» предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «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 стимулирующего мероприятия, проводимого ООО «Директ Почта», распространенную в газете «Аргументы и Факты» (№ 12, 2015), ненадлежащей, поскольку в ней нарушены

требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «Директ Почта», ЗАО «Аргументы и Факты» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации 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.