

РЕШЕНИЕ

15 июля 2011 г.

г. Липецк

Резолютивная часть решения объявлена 14 июля 2011 года

Решение в полном объеме изготовлено 15 июля 2011 года

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

председатель: - руководитель управления А.А. Сешенов,

члены комиссии: - начальник отдела Р.Б. Маргиев,

- государственный инспектор А.В. Тихомиров,

рассмотрев дело № 50, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту нарушения п.4 ч.3 ст.5 ФЗ «О рекламе» Закрытым акционерным обществом «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» (103473, г. Москва, пл. Суворовская, д. 1),

в присутствии представителя:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе — ЗАО «ТД «ПЕРЕКРЕСТОК» - <...>,

в отсутствие представителя:

заявителя — <...>,

У С Т А Н О В И Л А:

15 апреля 2011 года в Липецкое УФАС России поступило заявление от гражданина <...> (Вх. № 1713), которое содержит сведения: «14 апреля 2011 года в мои руки попал рекламный каталог гипермаркета «Карусель». На странице 5 данного каталога предлагалось приобрести грибы Опята; Лисички ЭКОПРОДУКТ; Грузди маринованные ЛЮБИМАЯ ДАЧА, 340-550 мл. по цене 49 руб. 90 коп. В связи с чем, мной были приобретены грибы Экопродукт Опята по цене 49 руб. 90 коп. за банку и грибы Экопродукт Лисички по цене 69 руб. 90 коп. за банку. На мой вопрос: «по какой причине грибы Экопродукт Лисички стоят 69 руб. 90 коп.» персонал гипермаркета ответить затруднился. Никакого предупреждения о том, что грибы Экопродукт Лисички стоят 69 руб. 90 коп. гипермаркетом сделано не было. Считаю, что реклама гипермаркета «Карусель» в каталоге содержит не соответствующие действительности сведения о цене товара».

п.1 ст.3 ФЗ «О рекламе» говорит, что 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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

п.2 ст.3 ФЗ «О рекламе» говорит, 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.

п.3 ст.3 ФЗ «О рекламе» говорит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с ч.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с п.4 ч.3 ст.5 Федерального 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.

Данная правовая норма содержит требования к рекламе, не зависящие от ее вида, формы, способа демонстрации и иных параметров. Стоимость - воплощенный в товаре и овеществленный в нем общественный труд товаропроизводителей. Цена - сумма, которую следует уплатить при приобретении товара или услуги. Как правило, цена имеет денежное выражение. Если в рекламе указывается цена товара или стоимость услуги, то она должна соответствовать действительным тарифам, а не минимальным расценкам, которые практически не применяются или подразумевают затраты на сопутствующие услуги.

Таким образом, в указанной выше рекламе содержатся несоответствующие действительности сведения о цене товара, т.к. согласно рекламе заявитель за грибы Экопродукт Лисички должен был заплатить 49 руб. 90 коп., а не 69 руб. 90 коп.

Управление Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области после анализа рекламного каталога в адрес

Закрытого акционерного общества «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» (103473, г. Москва, пл. Суворовская, д. 1) за № 1428 от 15.04.2011 года направило письменный запрос о предоставлении следующих документов и сведений:

- копию договора с рекламоизготовителем, рекламодателем указанного рекламного каталога на предмет его изготовления и (или) распространения в г. Липецк;
- копию согласованного с рекламоизготовителем (источником рекламной информации) макета указанного рекламного каталога;
- в случае, если макет был предоставлен для размещения в готовом виде, необходимо сказать об этом в сопроводительном письме и указать, в каком виде он был предоставлен (с приложением необходимой информации);
- копии счетов и платежных документов, подтверждающих заказ и оплату рекламодателем за изготовление и (или) распространения рекламного каталога в г. Липецк;
- копии распорядительных документов общества о проводимых акциях на товары, указанные в рекламном каталоге;
- копии документов, подтверждающих соответствие цен, указанных в рекламном каталоге, ценам, по которым реализовывались данные товары в гипермаркете «КАРУСЕЛЬ» по адресу: г. Липецк, ул. Гагарина, 100Б;
- копию кассового чека № 00196 (г. Липецк, ул. Гагарина, 100Б, кассир: <...>, 14-04-2011, 17:50);
- иные документы, по Вашему усмотрению.

ЗАО «ТД «ПЕРЕКРЕСТОК» предоставило информацию, при исследовании которой было установлено, что рекламодателем указанного выше каталога, согласно договору № 1 от 01.07.2010 г. является ЗАО «ТД «ПЕРЕКРЕСТОК», рекламодателем — ООО «Город Лип».

В соответствии с указанными выше фактами реклама ЗАО «ТД «ПЕРЕКРЕСТОК» содержит признаки нарушения п.4 ч.3 ст.5 ФЗ «О рекламе», т.к. в рекламе содержались несоответствующие действительности сведения о цене товара.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама — это реклама не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, реклама ЗАО «ТД «ПЕРЕКРЕСТОК» является ненадлежащей.

На рассмотрении дела по рекламе № 50 14 июля 2011 года, представитель ЗАО «ТД «ПЕРЕКРЕСТОК» - <...> пояснил, что при отправке макета каталога в печать менеджером ЗАО «ТД «ПЕРЕКРЕСТОК», из-за невнимательности была допущена ошибка — в каталог помещена информация с указанием неправильной цены на грибы лисички Экопродукт маринованные 350 мл. в размере 49 руб. 90 коп. Представитель общества также пояснил, что в течение первого дня акции по обнаружению неточности в промо-каталоге в магазине была размещена информация, в которой Администрация магазина «Карусель» принесла свои извинения потребителям и указала правильную цену на грибы лисички маринованные. С этим доводом нельзя согласиться, поскольку заявителем данные грибы были приобретены во второй день акции и в своем заявлении он четко указал на то, что персонал гипермаркета ответить затруднился по какой причине цена в каталоге и цена реальная не совпадают, кроме того, никакого предупреждения о том, что грибы Экопродукт Лисички стоят 69 руб. 90 коп. гипермаркетом сделано не было.

В своих пояснениях общество указало на то, что нарушение совершено впервые, с этим доводом также нельзя согласиться, поскольку 16 июня 2009 года Комиссия Липецкого УФАС России признавала ЗАО «ТД «ПЕРЕКРЕСТОК» нарушившим ФЗ «О рекламе», что также нашло свое отражение в судебном деле № А36-4564/2009.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального 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

РЕШЕНИЕ:

1. Признать ненадлежащей рекламу ЗАО «ТД «ПЕРЕКРЕСТОК», следующего содержания: «Опята; Лисички ЭКОПРОДУКТ; Грузди маринованные ЛЮБИМАЯ ДАЧА, 340-550 мл. по цене 49 руб. 90 коп.» поскольку в ней нарушены требования п.4 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе».
2. Не выдавать ЗАО «ТД «ПЕРЕКРЕСТОК» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, поскольку в настоящее время данная реклама не распространяется.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Липецкого УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ.

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