

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 023/05/5-2282/2019 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

23 октября 2019 г.
Краснодар

г.

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Краснодарскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ... (вх.№ 9503 от 23.08.2019г.) о признаках нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при размещении в августе 2019г. в здании аэропорта Пашковский г. Краснодара, на дверях выхода из зала прилета внутренних авиалиний рекламы следующего содержания: «5 Пятерочка ЛУЧШИЙ МАГАЗИН РОССИИ...»; «5 ЛУЧШИЙ МАГАЗИН РОССИИ. ЛУЧШИЙ сетевой магазин РОССИИ 2018-2019. Продукты питания...», с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

УСТАНОВИЛ:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе и в связи с поступившим заявлением гр... (вх.№ 9503 от 23.08.2019г.) о признаках нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при размещении в августе 2019г. в здании аэропорта Пашковский г. Краснодара, на дверях выхода из зала прилета внутренних авиалиний рекламы следующего содержания: «5 Пятерочка ЛУЧШИЙ МАГАЗИН РОССИИ...»; «5 ЛУЧШИЙ МАГАЗИН РОССИИ. ЛУЧШИЙ сетевой магазин РОССИИ 2018-2019. Продукты питания...» Управлением Федеральной антимонопольной службы по Краснодарскому краю (далее – Краснодарским УФАС России) установлено следующее.

Информация вышеуказанного содержания является рекламой на

основании п.1 ст.3 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п. 1 ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006г № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») реклама - это 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.

Данная реклама распространена с признаками нарушения п.1 ч.3 ст.5, ч.7 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38 – ФЗ «О рекламе» (далее - Федерального закона «О рекламе»).

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

Согласно п.1 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Указанная реклама содержит сравнительную характеристику магазина «Пятерочка», а именно: *«5 Пятерочка **ЛУЧШИЙ** МАГАЗИН РОССИИ...»*; *«5 **ЛУЧШИЙ** МАГАЗИН РОССИИ. **ЛУЧШИЙ** сетевой магазин РОССИИ 2018-2019. Продукты питания...»* с указанием объективного подтверждения данной характеристики в нижней части рекламного модуля, написанной шрифтом, который не подлежит прочтению с точки зрения возможностей обычного потребителя (данное обстоятельство подтверждено заявлением гр. Волошиной Е.Н. (вх.№ 9503 от 23.08.2019г.), поданным в Краснодарское УФАС России).

В связи с тем, что привлекательная для потребителя информация, а именно: *«5 Пятерочка **ЛУЧШИЙ** МАГАЗИН РОССИИ...»*; *«5 **ЛУЧШИЙ** МАГАЗИН РОССИИ. **ЛУЧШИЙ** сетевой магазин РОССИИ 2018-2019. Продукты питания...»*, размещенная в центральной части рекламного модуля яркими крупными буквами, является читаемой и доступной, а информация, являющаяся ее объективным подтверждением, размещенная в самой нижней части рекламного модуля, выполнена буквами маленького размера, исключающими факт ее восприятия, формальное присутствие в рекламе данной информации, не может

рассматриваться как ее наличие.

Необходимо учитывать, что реклама оценивается со стороны рядового потребителя. Если по причине мелкого нечитаемого текста потребителем не воспринимается необходимая информация, то такое предоставление информации равнозначно ее фактическому отсутствию.

Данная позиция подтверждена многочисленной судебной практикой, в том числе, Определением Высшего Арбитражного Суда от 17.12.2013г. N ВАС-18235/13, Постановлением Федерального арбитражного суда Волго – Вятского округа от 07.02.2012г. по делу N А79-3324/2011, Постановлением Федерального арбитражного суда Московского округа от 31.03.2010г. № КА-А40/2613-10 по делу № А40-128950/09-79-774, Постановлением Арбитражного суда Московского округа от 13.07.2017 N Ф05-8948/2017 по делу N А40-168701/16,

Постановлением Арбитражного суда Московского округа от 04.02.2019г. N Ф05-24209/2018 по делу N А40-94927/2018 и др.

Судебная практика указывает на то, что совокупность факторов, влияющих на оценку рекламы: мелкий шрифт, особенность места размещения рекламы, высота расположения рекламного текста, цветовое решение, использование в совокупности, затруднительной для прочтения потребителя цветовой гаммы, несмотря на формальное наличие в рекламе рассматриваемой информации, вводит потребителя в заблуждение и искажает содержание рекламы в целом в части доведения ее до потребителя должным образом, так как в рекламе важной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

В абзаце третьем пункта 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе» разъяснено, что 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.

Кроме того, согласно письму ФАС России от 13.08.2010 N АК/26483 размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации - способом, затрудняющим ее восприятие (с учетом размера рекламной конструкции и шрифта текста рекламы, а также его местоположения), свидетельствует о недобросовестности такой рекламы.

Согласно ч.7 ст.5 Федерального 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.

Таким образом, указанная выше реклама содержит признаки нарушения п.1 ч.3 ст.5, ч.7 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с ч.6 ст.38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований п.1 ч.3 ст.5, ч.7 ст.5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаделец.

Согласно п. 5 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Краснодарским УФАС России был направлен запрос информации АО «Международный аэропорт Краснодар» (исх. № 23752/7 от 20.09.2019г.) о предоставлении договора, заключенного с рекламодателем рекламы, размещенной в августе 2019г. в здании аэропорта Пашковский г. Краснодара, на дверях выхода из зала прилета внутренних авиалиний следующего содержания: «5 Пятерочка ЛУЧШИЙ МАГАЗИН РОССИИ...»; «5 ЛУЧШИЙ МАГАЗИН РОССИИ. ЛУЧШИЙ сетевой магазин РОССИИ 2018-2019. Продукты питания...», а также доказательств фактического исполнения данного договора.

Согласно информации, представленной в Краснодарское УФАС России АО «Международный аэропорт Краснодар» (вх.№ 11565/7 от

07.10.2019 г.), установку и размещение рекламы на территории аэропорта Краснодар осуществляет АО «Аэро Маркетинг Сервис Групп».

Из документов и материалов, представленных по соответствующему запросу Краснодарского УФАС России АО «Аэро Маркетинг Сервис Групп» (вх.№ 11109/7 от 14.10.2019 г.), следует, что вышеуказанная реклама была размещена АО «Аэро Маркетинг Сервис Групп» в рамках исполнения договора № А19023 от 31.01.2019 г., заключенного между АО «Аэро Маркетинг Сервис Групп» (Исполнитель) и ООО «Смарт Аутдор».

Из документов и материалов, представленных по соответствующему запросу Краснодарского УФАС России ООО «Смарт Аутдор» (вх.№ 11337/7 от 18.10.2019 г.), следует, что вышеуказанная реклама была размещена ООО «Смарт Аутдор» в рамках исполнения договора № 26/12/16-ДМ от 26.12.2016 г., заключенного между ООО «Смарт Аутдор» и ООО «ДатаМайн» (в настоящее время – ООО «Адвиди»).

Из документов и материалов, представленных по соответствующему запросу Краснодарского УФАС России ООО «Адвиди» (вх.№ 11448/7 от 22.10.2019 г.), следует, что вышеуказанная реклама была размещена ООО «Адвиди» в рамках исполнения агентского договора № ХМ28-12/18А от 28.12.2018 г., заключенного между ООО «ДатаМайн» (в настоящее время – ООО «Адвиди») и ООО «Хавас Медиа».

На запрос Краснодарского УФАС России ООО «Хавас Медиа» представило запрашиваемые документы (вх.№ 11488/7 от 23.10.2019 г.), из которых следует, что рекламодателем рекламы следующего содержания: *«5 Пятерочка ЛУЧШИЙ МАГАЗИН РОССИИ...»*; *«5 ЛУЧШИЙ МАГАЗИН РОССИИ. ЛУЧШИЙ сетевой магазин РОССИИ 2018-2019. Продукты питания...»*, размещенной в августе 2019г. в здании аэропорта Пашковский г. Краснодара, на дверях выхода из зала прилета внутренних авиалиний, является ООО «Агроторг», что подтверждено копией агентского договора № 16-2018 от 28.03.2018 г., заключенного между ООО «Хавас Медиа» (Агент) и ООО «Агроторг» (Принципал), копией оригинала-макета, копией акта – отчета об оказании услуг №19-3821 от 31.08.2019г., копией счета фактуры № 2232 от 14.11.2018 г., а также копией платежного поручения № 170161 от 23.10.2018г.

Таким образом, **рекламодателем** рекламы вышеуказанного содержания, размещенной в августе 2019г. в здании аэропорта

Пашковский г. Краснодара, на дверях выхода из зала прилета внутренних авиалиний, является ООО «Агроторг».

На основании изложенного, в действиях рекламоателя ООО «Агроторг», выразившихся в размещении в августе 2019г. в здании аэропорта Пашковский г. Краснодара, на дверях выхода из зала прилета внутренних авиалиний рекламы следующего содержания: «5 Пятерочка ЛУЧШИЙ МАГАЗИН РОССИИ...»; «5 ЛУЧШИЙ МАГАЗИН РОССИИ. ЛУЧШИЙ сетевой магазин РОССИИ 2018-2019. Продукты питания...», усматриваются признаки нарушения требований п.1 ч.3 ст.5, ч.7 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 023/05/5-2282/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявитель – ...

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – ООО «Агроторг» (г. 191025, Санкт - Петербург, проспект Невский, д.90/92).

3. Назначить дело к рассмотрению **на 21 ноября 2019 г. в 11 - 00** по адресу: г. Краснодар, ул. Коммунаров, 235, 1 этаж, к. 6.

4. ООО «Агроторг» представить в Краснодарское УФАС России **в срок до 18 ноября 2019 г.** надлежащим образом заверенные копии следующих документов и материалов:

-свидетельства о государственной регистрации юридического лица
- ООО «Агроторг»;

- свидетельства о постановке на налоговый учет юридического лица - ООО «Агроторг»;
- доказательство утверждений, что «5 Пятерочка ЛУЧШИЙ МАГАЗИН РОССИИ...»; «ЛУЧШИЙ сетевой магазин РОССИИ 2018-2019» (объективное подтверждение данной характеристики);
- объяснения по существу предъявляемых претензий.

Явка представителя ООО «Агроторг», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, а также заявителя гр. для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (с надлежащим образом заверенной доверенностью на участие в рассмотрении дела и документом, удостоверяющим личность – паспортом) обязательна.

Председатель Комиссии

...