ОПРЕДЕЛЕНИЕ № 036/05/5-761/2020
О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«30» июня 2020 года город Воронеж

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Воронежской области (далее - Воронежское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе А.В. Логошин - заместитель руководителя управления-начальник отдела, рассмотрев материалы, предоставленные государственным инспектором Воронежского УФАС России О.В. Давыдовой, свидетельствующие о признаках нарушения Обществом с ограниченной ответственностью «ЛИДЕР-СИТИ» (394038, г. Воронеж, ул. Пеше - Стрелецкая, д. 54, оф. 213А, ИНН 3665104534, дата регистрации 05.12.2014) требований части 7 статьи 5 Федерального Закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»),

**УСТАНОВИЛ:**

19 июня 2020 года в ходе осмотра объектов наружной рекламы (рекламных конструкций) выявлено распространение на рекламном щите, расположенном в непосредственной близости с автостоянкой по адресу: г. Воронеж, ул. Шишкова, 150, рекламы следующего содержания *« /…/ДО 50% CASHBACK ЗА КНАУФ ВЕРНЕМ СКИДКОЙ НА ПОКУПКУ ДВЕРЕЙ, ОБОЕВ, ОТОПЛЕНИЯ, ВОДОСНАБЖЕНИЯ, КАНАЛИЗАЦИИ ПРИ ПОКУПКЕ ТОВАРОВ КНАУФ ОТ 3000 Р НАЧИСЛЯЕТСЯ КЕШБЕК ДО 50% НА СУММУ ПОКУПКИ, КОТОРЫМ МОЖНО ОПЛАТИТЬ ДО 50% СЛЕДУЮЩЕЙ МЕЖКОМНАТНЫХ И МЕТАЛЛИЧЕСКИХ ДВЕРЕЙ, ДЕКОРАТИВНЫХ ОБОЕВ, ОТОПЛЕНИЯ, ВОДОСНАБЖЕНИЯ, КАНАЛИЗАЦИИ ПОДРОБНЫЕ УСЛОВИЯ АКЦИИ НА САЙТЕ LIDER.VRN.RU/…/»*, о чем составлен Акт осмотра объектов наружной рекламы (рекламных конструкций) от 19.06.2020 года с приложением фотоматериалов.

При этом на официальном сайте ООО «ЛИДЕР-СИТИ» lider-vrn.ru содержится следующая информация: *«При покупке продукции KNAUF от 3000 рублей начисляется кэшбэк до 50% на сумму покупки, которой можно оплатить до 50% следующей покупки на категории товаров «межкомнатные двери», «металлические двери», «обои декоративные», «отопление, водоснабжение, канализация» Список акционных категорий товаров и размер начисляемого кэшбэка: металлопрофиль Knauf – кэшбэк 10%, сухие смеси Knauf - кэшбэк 20%, гипсокартон Knauf - кэшбэк 30%, шпатлевка Knauf - кэшбэк 40%, грунтовка Knauf - кэшбэк 50%/…/ Кэшбэк не распространяется на товары, участвующие в данный период в других акциях, спецпредложения компании. Данная акция не отменяет и не суммируется с другими акциями компании/…/ Купон активен в течении 14 дней с момента активации/…/»*.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», 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.

Рассматриваемая информация в соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О

рекламе» является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формированию или поддержанию интереса к нему и его продвижению на рынке (далее – рассматриваемая реклама).
Объектом рекламирования в указанной рекламе является акция, предоставляемая магазином «ЛИДЕР» на рекламируемые товары.
В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «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.
В рассматриваемой рекламе информация (со слов до 50% кэшбэк за Knauf вернем скидкой на покупку /…/ ЛИДЕР Все для ремонта/…/) выполнена крупным шрифтом, в то время как иная существенная информация (со слов дверей, обоев, отопления, водоснабжения/…/ Подробные условия акции на сайте lider-vrn.ru) выполнена мелким шрифтом, не читаемым без использования специальных средств.
Рассматриваемая реклама распространялась с признаками нарушения требований части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе», поскольку существенная информация о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения является нечитаемой без использования специальных технических средств. В частности, не поддаётся прочтению информация об условиях приобретения товара (при покупке продукции KNAUF от 3000 рублей начисляется кэшбэк до 50% на сумму покупки, которой можно оплатить до 50% следующей покупки на категории товаров «межкомнатные двери», «металлические двери», «обои декоративные», «отопление, водоснабжение, канализация»).
Федеральный закон «О рекламе» не регламентирует минимально допустимый размер шрифта, что в свою очередь не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть нечитаемым при прочих равных. Основным условием размещения рекламы является предоставление добросовестной и достоверной информации (ч. 1 ст. 5 ФЗ «О рекламе»).
Необходимо учитывать, что рассматриваемая реклама содержит сочетание информации, выполненной различным шрифтом, и имеющей различное расположение на рекламном поле.
В соответствии с пунктом 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 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 (кегль), 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 (часть 7 статьи 5 Федерального закона N 38-ФЗ). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.
Так как рассматриваемая реклама является наружной, следовательно, она предназначена для восприятия потребителями размещенной на ней информации (относительно быстрого и четкого осознания предлагаемой информации, а также

ее понимания и уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточенное внимание). Следует принять во внимание тот факт, что в русском языке чтение текста осуществляется слева на право, а очередность прочтения строк – сверху вниз. Как следствие, рассматриваемая реклама, ориентирует потребителя на возможность приобретения товаров фирмы Knauf магазине «ЛИДЕР» с получением до 50% кэшбэк за товары фирмы Knauf (вернем скидкой на покупку) без каких-либо дополнительных условий.

Учитывая конкретное месторасположение рекламной конструкции (на проезжей части сторона Б ул. Шишкова (г. Воронеж) отсутствие пешеходной зоны на стороне размещения рекламного щита, значительное расстояние между стороной А и Б при двухполосном движении, ограниченное время считывания информации для основной аудитории потребителей (водителей и пассажиров транспортных средств), мелкий размер шрифта, которым написаны существенные условия приобретения товара, по сравнению со шрифтом основной, «привлекательной» информации об акции, потребители рекламы с учетом объема содержащейся в рекламе информации не имеют возможности ознакомиться с указанными сведениями обычным образом без использования специальных средств и в течение времени, в которое возможно восприятие данной информации. У потребителей отсутствует возможность для целостного восприятия всей информации в отношении предоставляемой магазином «ЛИДЕР» акции «Кэшбэк за Кнауф».

Следовательно, информация об условиях приобретения товара, изображена таким способом, что данная информация оказывается неприемлемой для чтения, что свидетельствует об умалчивании информации, не доведении до потребителя в воспринимаемой форме информации, наличие которой необходимо в рекламе.

ФЗ «О рекламе» и иные нормативные правовые акты не содержат указания на минимально допустимый размер шрифта в рекламе, гарантирующий прочтение такой рекламы любым потребителем. Кроме того, отсутствует утвержденная методика определения читаемости или не читаемости шрифта, которым исполнена реклама. При таких обстоятельствах, оценка доступности текста рекламы для восприятия всегда будет носить субъективный характер.

Несмотря на формальное наличие в рекламе информации об условиях приобретения товара, форма предоставления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют, соответственно потребители вводятся в заблуждение о существенных условиях приобретения товара.

Также Воронежским УФАС России при анализе рекламного макета установлено, что в рассматриваемой рекламе даже формально не указана вся существенная информация об условиях приобретения и использования товара, а именно отсутствует информация о том, что акция действует только на определенный список акционных категорий товаров и размер начисляемого кэшбэка зависит от определенной категории товаров; кэшбэк не распространяется на товары, участвующие в данный период в других акциях, спецпредложения компании; данная акция не отменяет и не суммируется с другими акциями компании; купон активен в течении 14 дней с момента активации, что приводит к искажению смысла информации и введению в заблуждение потребителей данной рекламы.

Информация о возможности уточнения подробностей о рекламируемой акции у продавца не заменяет указания непосредственно в самой рекламе всех существенных условий, отсутствие которых способно ввести потребителей в заблуждение относительно объекта рекламы.

Таким образом, рассматриваемая реклама распространялась с признаками нарушения требований части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».
В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе», рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.
Установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «ЛИДЕР-СИТИ», так как указанное Общество осуществляет деятельность в магазине «ЛИДЕР».
В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных, в том числе части 7 статьи 5 ФЗ «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 № 036/05/5-761/2020 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

**2.** Признать лицами, участвующими в деле:
лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - Общество с ограниченной ответственностью «ЛИДЕР-СИТИ» (г. Воронеж, ул. Пеше - Стрелецкая, д. 54, оф. 213А, 394038, ИНН 3665104534).

**3.** ООО «ЛИДЕР-СИТИ» в срок до 15 часов 00 минут (мск) 14 июля 2020 года (включительно) обеспечить предоставление в Воронежское УФАС России (г. Воронеж, проспект Революции, 21) следующую информацию (сведения, документы, материалы) или их копии, заверенные надлежащим образом:

**3.1.** учредительных документов.

**3.2.** свидетельства о государственной регистрации.

**3.3.** свидетельства о постановке на учет в налоговых органах.

**3.4.** оригинал-макеты рекламы «/…/ДО 50% CASHBACK ЗА КНАУФ ВЕРНЕМ СКИДКОЙ НА ПОКУПКУ ДВЕРЕЙ, ОБОЕВ, ОТОПЛЕНИЯ, ВОДОСНАБЖЕНИЯ, КАНАЛИЗАЦИИ ПРИ ПОКУПКЕ ТОВАРОВ КНАУФ ОТ 3000 Р НАЧИСЛЯЕТСЯ КЕШБЕК ДО 50% НА СУММУ ПОКУПКИ, КОТОРЫМ МОЖНО ОПЛАТИТЬ ДО 50% СЛЕДУЮЩЕЙ МЕЖКОМНАТНЫХ И МЕТАЛЛИЧЕСКИХ ДВЕРЕЙ, ДЕКОРАТИВНЫХ ОБОЕВ, ОТОПЛЕНИЯ, ВОДОСНАБЖЕНИЯ, КАНАЛИЗАЦИИ ПОДРОБНЫЕ УСЛОВИЯ АКЦИИ НА САЙТЕ LIDER.VRN.RU/…/», с указанием конкретных периодов времени, средства (способов) и места распространения, а также с указанием ее рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.

**3.5.** договоров, заказов, счетов, счетов - фактур, утвержденных рекламодателем оригинал-макетов рекламы, платежных поручений, актов приема-сдачи работ и иных документов на производство и (или) размещение рекламы, указанной в пункте 3.4. настоящего Определения.

**3.6.** фото всей наружной рекламы, указанной в пункте 3.4. с расстояния 30 метров (расстояние, позволяющее определить местонахождение рекламной конструкции) с привязкой к территории (с указанием адресов рекламных конструкций)

**3.7.** документов, определяющих руководителя организации.

**3.8.** письменных объяснений по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

**4. Назначить дело № 036/05/5-761/2020 к рассмотрению на 14 часов 00 мин (мск)**

**«15» июля 2020 года по адресу: г. Воронеж, проспект Революции, 21.**

Информацию необходимо предоставить с сопроводительным письмом, содержащим перечень предоставляемых документов, а также их наименования, номер и дату принятия.

Все копии документов (каждая страница) и информация на иных носителях, должны быть заверены печатью и подписью руководителя.

Непредоставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно предоставление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо предоставление недостоверных сведений (информации) - влечет ответственность в соответствии с частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В указанные в пункте 4 настоящего Определения время и место предлагается явиться Заявителю с документом, удостоверяющим личность, а также руководителям организаций/или представителям с документом, удостоверяющим личность и документами, определяющими руководителя/представителя.