

РЕШЕНИЕ

по делу № 4-05/71

19 июля 2016 года

г. Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

<...> –руководитель управления.

Члены Комиссии:

<...>начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

<...>– ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 4-05/71 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ООО «Эльдорадо» недостоверной рекламы посредством SMS-сообщений,

в отсутствие представителя ООО «Эльдорадо», надлежащим образом уведомленного о месте, дате и времени рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

На рассмотрении Хабаровского УФАС России находится заявление (вход. от 03.06.2016 № 4/5848), переданное из Управления Роспотребнадзора по Хабаровскому краю, о нарушении рекламного законодательства при распространении SMS-сообщения рекламного характера следующего содержания: «-18% на всё в честь праздников и специально для Вас! До 16 февраля вернем 18% с любой покупки на Вашу бонусную карту 9643774217955305! Потратьте бонусы с 1 по 15 марта! Детали lk.eldorado.ru».

SMS-сообщение поступило 09.02.2016 г. в 20:47 на номер <...> от отправителя ELDORADO.

14 февраля 2016 года заявитель приобрел в магазине «Эльдорадо» в г. Хабаровске по адресу: ул. Волочаевская, д. 87 картридж CANON CL-511 цветной на сумму 1249 рублей, с учетом скидки 150 рублей по бонусной карте.

Согласно тексту рекламы, компанией «Эльдорадо» возвращается 18% от стоимости покупки на бонусную карту, т.е. заявителю полагалось вернуть 224,82 бонуса от покупки стоимостью 1249 рублей. Однако вопреки условиям акции заявителю зачислили 100 бонусов, что подтверждается копиями чеков, представленными в антимонопольный орган.

В соответствии с п. 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.

Вышеуказанная информация адресована неопределенному кругу лиц, т.к. данные сведения не носят персонализированного характера, представляет интерес для неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к товару, реализуемому компанией «Эльдорадо», формирует к нему интерес путем представления льготных условий их покупки и тем самым продвигает их на рынке.

Пунктом 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения и стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

ООО «Эльдорадо» распространяет недостоверную рекламу о размере начислений бонусов на бонусную карту, чем вводит потребителя в заблуждение.

ООО «Эльдорадо» представило в Хабаровское УФАС России пояснение, из которого следует, что в момент распространения рекламного SMS-сообщения, в торговой сети «Эльдорадо» действовало 2 акции: «Повышенные бонусы только для своих» и «Повышенные бонусы на товары повседневного спроса».

SMS-сообщение, полученное заявителем, прислано в рамках акции «Повышенные бонусы только для своих». Согласно условиям данной акции, владельцам бонусных карт торговой сети «Эльдорадо» возвращалось 18 % от покупки с 09 февраля по 15 марта 2016 года.

Однако заявителю, обладателю бонусной карты торговой сети «Эльдорадо», на карту начислено 100 бонусов, так как приобретенный заявителем картридж участвовал в акции «Повышенные бонусы на товары повседневного спроса». Как следует из условий акции «Повышенные бонусы только для своих», в случае пересечения данных акций, бонусы начисляются по акции «Повышенные бонусы на товары повседневного спроса». Таким образом, заявителю начислен бонус по акции «Повышенные бонусы на товары повседневного спроса».

Также ООО «Эльдорадо» указывает, что в рекламном SMS-сообщении содержалась ссылка на сайт, где в личном кабинете покупатель мог ознакомиться с условиями акции.

Данные доводы отклоняются Хабаровским УФАС России по следующему основанию.

Существенной является не только информация привлекательная для потребителей, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные

у потребителей рекламы, отсутствие каких-либо сведений, в том числе и доступных, о полных условиях акции, может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламным предложением.

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 нарушение данной нормы рекламное SMS-сообщение не содержит сведений о том, что рекламное предложение не распространяется на товары, участвующие в акции «Повышенные бонусы на товары повседневного спроса». Отсутствие данной информации лишает потребителя возможности получения информации в полном объеме и вводит в заблуждение лиц, желающих получить 18 % от покупки на бонусную карту торговой сети «Эльдорадо» в рамках акции «Повышенные бонусы только для своих».

Также определяющим признаком рекламы является факт ее распространения среди неопределенного круга лиц. Поскольку реклама адресована именно неопределенному кругу лиц, в число потенциальных потребителей объекта рекламирования входят лица, не имеющие доступа (в силу возраста, социального положения, материального достатка и др. причин) к телефону, сети Интернет, и не имеющие возможности ознакомления с информацией, размещенной на указанном сайте. Рекламная информация, размещенная на официальном сайте заявителя, является самостоятельной рекламой, что не освобождает рекламодателя от исполнения обязанности по соблюдению требований статьи 5 ФЗ «О рекламе» в части требований о полноте информации при ее размещении с использованием иных средств. Отсылка к иным источникам размещения рекламы (размещение на сайте) не может рассматриваться как предоставление всей необходимой информации при размещении рекламы с помощью иных средств.

Кроме того, исходя из текста рекламного сообщения, 18 % возвращались при покупке всех товаров в торговой сети «Эльдорадо».

Таким образом, ООО «Эльдорадо» вводят потребителей рекламы в заблуждение относительно размера скидки, тарифов и других условиях приобретения товара.

На основании части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 4 части 3, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

Установлено, что рекламодателем является ООО «Эльдорадо» (ИНН 7715641735, место нахождения: 125493, г. Москва, ул. Смольная, д. 14).

Данный факт подтверждается копией товарного чека № 952353 от 14.02.2016 г., товарной накладной № 952353 от 14.02.2016 г., копией кассового чека от 14.02.2016 №1784.

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,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу «-18% на всё в честь праздников и специально для Вас! До 16 февраля вернем 18% с любой покупки на Вашу бонусную карту 9643774217955305! Потратьте бонусы с 1 по 15 марта!...», поскольку в ней нарушены требования пункта 4 части 3, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».
2. Обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе не выдавать в связи с окончанием срока действия акции.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 19 июля 2016 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (в трехмесячный срок).