

## РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «04» августа 2015 года.

В полном объеме решение изготовлено «28» августа 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 – А.В. Дерманца, К.С. Сучковой,

рассмотрев дело № 3-5-131/77-15 по признакам нарушения ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в размещение ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» на кассовых чеках рекламы «Открой вклад в Европлан Банке» которая содержит несоответствующие действительности сведения о размере скидок на товар, реализуемый ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК»,

в присутствии представителя ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» в лице Житника А.А. (доверенность № 13594/2015 от 01.07.2015),

### УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-131/77-15 по признакам нарушения ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе выделено в отдельное производство Комиссией Московского УФАС России из дела № 3 28 99/77 15, возбужденного на основании заявления физического лица (вх. № 146 от 12.01.2015).

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

ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» (адрес: 103473, г. Москва, ул. Суворовская, д. 1) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, зарегистрировано и включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным номером 1027700034493.

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.

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 соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация «Откройте вклад в Европлан Банке под 11,35% и получите 10% баллами Клуба Перекресток. Подробнее: 8 (800) 250-80-85» содержит коммерческие обозначения хозяйствующих субъектов, а также условия рекламируемой акции. Исходя из содержания и способа распространения указанная информация направлена на привлечение внимания потребителей к АО «Европлан Банк», ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК», а также к проводимой ими акции «Открой вклад в Европлан Банке».

Информация размещалась на кассовых чеках, а следовательно была доступна для восприятия неопределенному кругу лиц, которые осуществили покупку в магазинах «Перекресток».

При этом, 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.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация содержит объект рекламирования (акция «Открой вклад в Европлан Банке»), распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из содержания, направлена на привлечение внимания потребителей к объекту рекламирования, а следовательно, является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» факт того, что распространенная на кассовых чеках информация «Открой вклад в Европлан Банке» является рекламой не оспаривается.

Согласно пункту 4 части 3 статьи 5 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.

На кассовых чеках размещалась следующая информация: «Откройте вклад в Европлан Банке под 11,35% и получите 10% баллами Клуба Перекресток. Подробнее: 8 (800) 250 80-85».

Установлено, что физическим лицом 24.10.2014 был открыт вклад на сумму 250 225 рублей. В рамках рассматриваемой акции указанному лицу была начислена количество баллов клуба «Перекресток» равное 10 % от размера вклада, что эквивалентно сумме 2 502,3 рубля.

Таким образом, потребителю фактически была перечислена денежная сумма в баллах клуба «Перекресток» в размере 1 % от размера открытого вклада.

Между тем, исходя из буквального толкования распространенной в рекламе информации следует, что лицу, открывшему вклад по рассматриваемой акции должна быть переведена денежная сумма в баллах клуба

Перекресток равная 10 % от размера вклада.

Согласно письменным пояснениям ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК», количество баллов было рассчитано корректно в соответствии с правилами акции из расчета 1 балл за 10 рублей вклада.

Учитывая изложенное, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, о том что размещаемая на кассовых чеках реклама «Откройте вклад в Европлан Банке под 11,35% и получите 10% баллами Клуба Перекресток. Подробнее: 8 (800) 250-80-85», содержит несоответствующие действительности сведения о порядке начисления баллов, а равно о размере скидки на товар ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» которая может быть получена при использовании указанных баллов.

ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» заявлен довод о том, что подробную информацию о порядке начисления баллов можно было получить при звонке по номеру телефона, указанному в рекламе.

Между тем, данный довод не может быть принят во внимание в связи с тем, что во избежании введения потребителей в заблуждение относительно рекламируемого товара, Законом о рекламе установлены требования о распространении однозначной, полной и соответствующей действительности информации непосредственно в тексте самого рекламного объявления. Потребитель не должен прилагать никаких дополнительных усилий для того что бы проверить достоверность распространенных в рекламе сведений.

Учитывая изложенное, Комиссией Московского УФАС России установлен факт нарушения пункту 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе при распространении на кассовых чеках рекламы «Открой вклад в Европлан Банке».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама «Открой вклад в Европлан Банке», содержащая признаки нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

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

Согласно письменным пояснениям АО «Европлан Банк», лицом определившим содержание рассматриваемой рекламы в части информации о начислении бонусов (баллов) участникам программ лояльности «Перекрестка», является ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК».

Таким образом, учитывая, что рассматриваемая реклама распространялся, в том числе для привлечения внимание потребителей к товарам реализуемым в магазинах «Перекресток», установлено, что рекламодателем рекламы «Откройте вклад в Европлан Банке» в части информации о начислении баллов, является ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК». Данный факт ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» не оспаривается.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, несет рекламодаделец.

Таким образом, ответственность за нарушение пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе «Откройте вклад в Европлан Банке», несет

ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК».

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.

Между тем, предписание само по себе направлено именно на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, и не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдаче ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 Московского УФАС России

#### РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «Откройте вклад в Европлан Банке», распространенную ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» на кассовых чеках, ненадлежащей в связи с нарушением требований пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.
2. Выдать ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК» предписание 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, статьей 37 Закона о рекламе.