

## **РЕШЕНИЕ**

**по делу № 03-18/17-2015**

**о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе**

22 июня 2015 года

г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: 15 июня 2015 года.

Полный текст решения изготовлен: 22 июня 2015 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее - Марийское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе

в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя – начальник отдела;

член Комиссии – специалист 1 разряда отдела контроля закупок и антимонопольного контроля органов власти,

член Комиссии — специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов,

рассмотрев дело № 03-18/17-2015, возбужденное в отношении ООО по признакам нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе», выразившимся в распространении недостоверной рекламы «Скидка 50% на все», размещенной при входе в магазин, расположенном в павильоне Центрального рынка, на стене справа от входа в торговый павильон следующего содержания:

в отсутствие ООО, надлежащим образом извещенного о дате, месте, времени рассмотрения дела,

### **УСТАНОВИЛА:**

Специалистами отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) 25 марта 2015 года с 19 часов 00 минут до 20 часов 20 минут произведен мониторинг рекламы, размещенной при

входе в магазин, в результате которого специалистами были обнаружены признаки нарушения Закона «О рекламе» №38 ФЗ.

Актом мониторинга от 25.03.2015г. установлено, что при входе в магазин, на стене справа от входа в торговый павильон размещена реклама.

При покупке некоторого перечня товара, на кассе, непосредственно при расчете кассиром 6 # 7623 был выдан чек № 2045, при изучении которого было установлено, что на один из товаров в чеке, а именно, стельки для обуви, скидка 50% не была проведена, что подтверждается чеком №2045 от 25.03.2015, покупка была совершена в 20:03 по Московскому времени. Из содержания чека также следует, что продавцом является ООО.

В соответствии со статьей 3 Закона 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. Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятия, на привлечение к которым направлена реклама. Товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена (письмо ФАС России от 05.04.2007 № АЦ/4624).

Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту рекламирования для продвижения его на рынке, формировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

Комиссией Марийского УФАС России установлено, что объектом рекламирования явились товары, реализуемые ООО в магазине.

Таким образом, информация, размещенная на стенде при входе в магазин, является рекламой, так как распространена при помощи листовок, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;

рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

ООО в письме указало, что акция «скидка 50% на все» проводилась в период с 25.03.2015г. по 29.03.2015г. Приказов и распоряжений о проведении данной акции обществом не принималось. ООО также указало, что рекламораспространителем, рекламодателем, и рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы являлось ООО, объектом рекламирования являлись непродовольственные и продовольственные товары, находящиеся в магазине.

Общество также сообщило, что скидка 50% предоставлялась на весь ассортимент (перечень) товаров, за полную стоимость не была реализована ни одна категория товаров, при этом на некоторые группы товара, в том числе стельки для обуви, скидка 50% уже была включена в стоимость товара.

В соответствии с пунктом 4 части 3 статьи 5 Закон 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.

Согласно пункту 9 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Из материалов дела следует, что скидка 50% предоставлялась покупателям не на весь ассортимент (перечень) товаров. Так, в чеке № 2045 от 26.03.2015г. скидка на товар «стельки для обуви» не была предоставлена.

Довод ООО о том, что скидка 50% уже была включена в стоимость некоторых товаров, несостоятелен, поскольку скидка, как следует из акта мониторинга и материалов дела, предоставлялась потребителям «на кассе» и учитывалась в общем чеке.

Марийским УФАС России у ООО были запрошены товарные накладные, документы (приказы, распоряжения), которыми были установлены розничные цены, а также наценка на те или иные группы товаров, в том числе документы, подтверждающие установление скидки 50% по тем товарам, которые на кассе отпускались без учета данной скидки, однако обществом указанные документы в антимонопольный орган не представлены.

Таким образом, реклама ООО «50% на все», размещенная при входе в магазин нарушает требования пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку содержит недостоверные сведения относительно стоимости товаров, размере скидки предоставляемой на товары магазина, тем самым вводит потребителей в заблуждение относительно условий приобретения товаров.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламоателям, рекламопроизводителям,

рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Марийское УФАС России, изучив представленные в материалы дела доказательства, считает, что в данном случае есть основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе со стороны ООО.

Руководствуясь [частью 2 пункта 1 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

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу «Скидка 50% на все», размещенную при входе в магазин, на стене справа от входа в торговый павильон ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ООО обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в соответствии с частью 1 статьи 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.*

Председатель Комиссии

Члены Комиссии: