

## РЕШЕНИЕ

Дата принятия решения: 30 августа 2019 года

г. Иваново

Комиссия Ивановского УФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе (далее - Комиссия):

<...> рассмотрев дело №037/05/5-213/2019 (03-31/2019-17), возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

в отсутствие заявителя: <...>,

в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе: ИП <...> (ИНН 370308804818),

в отсутствие представителя заинтересованного лица: ИП <...> (ИНН 027412375519),

в отсутствие представителя заинтересованного лица: ООО «Фарфор Франчайзинг» (ИНН 0276147339),

УСТАНОВИЛА:

В Ивановское УФАС России поступило заявление жителя г. Кинешма, в котором содержится информация о наличии признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Заявитель сообщил о распространении 24.06.2019 на его телефонный номер <...> смс-рекламы абонента «farfor.ru», нарушающей требования Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе):

- в 16:25 рекламы следующего содержания: «Ура! Скидка на все роллы 20%. Код PG6652.До 08.07 на farfor.ru»

- в 16:35 рекламы следующего содержания: «Ура! Скидка на все роллы 20%. Код XG6183.До 15.07 на farfor.ru»

Вместе с тем, из заявления следует, что указанные в рассматриваемой рекламе коды не действуют при заказе сетов из роллов.

Согласно ч.7 ст.5 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.

Факт распространения рекламы подтверждается: заявлением, информацией ПАО «МТС».

Ивановским УФАС России по данному факту 31 июля 2019 года возбуждено дело №037/05/5-213/2019 (03-31/2019-17) по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия пришла к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Закона о рекламе реклама – это информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования и поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Указанная информация подпадает под определение рекламы и содержит все её признаки:

- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к сайту farfor.ru и акции «скидка на все роллы 20%»;

- призвана формировать и поддерживать интерес к объектам рекламирования, способствует их продвижению на рынке.

ПАО «МТС» представило в Ивановское УФАС России информацию о том, что указанные смс были доставлены абоненту в рамках договоров, заключенных с ООО «Девино телеком» и ООО «Медиа телематика». При этом оператор связи также подтвердил наличие согласия абонента на получение рекламы от ООО «Фарфор Франчайзинг».

ООО «Фарфор Франчайзинг» в письменных пояснениях (вх. №2606 от 26.07.2019) указало, что правообладателем соответствующего коммерческого обозначения, доменного имени и товарного знака является ООО «Бигрупп».

От регистратора доменных имен АО «РСИЦ» также получена информация о том, что администратором доменного имени farfor.ru является ООО «Бигрупп» (вх. 2564 от 23.07.2019).

Сотрудниками Ивановского УФАС России проведен осмотр указанного в рекламе Интернет-сайта farfor.ru, в результате которого доводы заявления подтвердились: код на скидку не срабатывал даже на состоящий только из роллов сет. Кроме того, на сайте указана информация об администрации сайта – ООО «Фарфор Франчайзинг» и лице, осуществляющим доставку суши в Кинешме: ИП <...>.

В письменных пояснениях ООО «Фарфор Франчайзинг» (вх. №2538 от 22.07.2019) сообщило, что оказывает услуги для ООО «Бигрупп» по разработке новых блюд, техническому обслуживанию и сопровождению работы сайта, размещению информации на нем (предоставление действующего меню, установление цен и порядка оплат). В свою очередь, ИП <...> в рамках договора коммерческой концессии, заключенного с ООО «Бигрупп», оказывает услуги по принятию поступающих через сайт заказов, производству на основании поступивших заявок готовых блюд, доставке заказов клиента и принятию оплаты за них.

Вместе с тем, ООО «Фарфор Франчайзинг» указало, что не обладает информацией по факту распространения рассматриваемой рекламы (вх. №2538 от 22.07.2019).

На запрос Ивановского УФАС России ИП <...> пояснил (вх. №2606 от 26.07.2019), что рассматриваемая реклама распространялась в рамках договора на оказание рекламных услуг от 14.01.2019, заключенного с ИП <...>. Предметом указанного договора является оказание услуг рекламодателю по размещению рекламы по клиентской базе посредством смс-рассылки.

Таким образом, рекламодателем указанной рекламы является ИП <...>, рекламораспространителем - ИП <...>.

Кроме того, ИП <...> не согласился с тем, что в рекламе указаны недостоверные сведения (вх. №2606 от 26.07.2019). Так, в рекламной акции заявлено о предоставлении 20-процентной скидки на роллы по специальному промокоду. Индивидуальный предприниматель указал, что к понятию «роллы» нельзя отнести понятие «сет из роллов», т.к. сет не является отдельным блюдом и переводится как «набор». В сет могут входить и роллы, и суши. При этом при просмотре сайта farfor.ru видно, что разделы «сет» и «роллы» в меню представлены как разные позиции. Также на сайте ресторана доставки содержится следующая информация: «заказать ассорти сетов выгоднее до 35% по сравнению с обычным меню роллов», что еще раз подтверждает различие этих двух понятий.

Вместе с тем, в п.28 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», разъяснено, что рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако 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. При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Вопрос о восприятии рассматриваемой рекламы был вынесен на обсуждение членов Экспертного совета по применению законодательства о рекламе, в результате было принято решение о наличии в ней признаков нарушения Закона о рекламе. При этом в ходе обсуждения восприятия рассматриваемой рекламы на заседании Экспертного совета было справедливо отмечено следующее:

- отсутствие указания в рекламном сообщении на то, что скидка не предоставляется на сет из роллов формирует у потребителя искаженное представление об акции, поскольку название набора

не меняет сути приобретаемого товара и не является значимым для потребителя. Вся существенная информация для потребителя рекламы должна быть доступна ему в момент получения информации об объекте рекламирования без применения специальных средств и познаний. Таким образом, несостоятельна ссылка на то, что «сеты» и «роллы» расположены в разных вкладках на сайте, поскольку в момент прочтения сообщения потребитель не мог об этом знать. Отсутствие названной информации в рекламном предложении лишают потребителя возможности в момент получения рекламы сделать правильный выбор о необходимости и возможности воспользоваться рекламным предложением, то есть искажается смысл рекламы;

- если в рекламе прямо не указано, то потребителю не может быть понятно, что скидка не распространяется на наборы из тех же роллов. Это совершенно закономерное восприятие, поэтому указанная смс-реклама вводит потребителя в заблуждение;

- формулировка «скидка на все роллы - 20%» воспринимается однозначно: все роллы, которые продаются на данном сайте имеют скидку 20% - независимо от того, продаются они сами по себе отдельно или в составе каких-то более объемных продуктов (сеты).

Выписка из протокола заседания №1 от 18.07.2019 приобщена к материалам дела.

Таким образом, рассматриваемая реклама не соответствует требованиям ч.7 ст.5 Закона о рекламе. За нарушение требований ч.7 ст.5 Закона о рекламе согласно ч.6 ст. 38 данного закона ответственность несет рекламодаделец.

На рассмотрение дела представители сторон, уведомленных надлежащим образом, не явились.

Руководствуясь статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе, в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы.

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.

Предписание антимонопольного органа, исходя из положений Закона о рекламе, является способом защиты общественных отношений, а также законных прав потребителей и иных заинтересованных лиц, направлено на устранение выявленных при рассмотрении дела нарушений и не является мерой ответственности стороны.

Исходя из изложенного, 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 смс-рекламу следующего содержания: «Ура! Скидка на все роллы 20%. Код PG6652.До 08.07 на farfor.ru» и «Ура! Скидка на все роллы 20%. Код XG6183.До 15.07 на farfor.ru», поступившую 24.06.2019 на телефонный номер <...> , ненадлежащей, нарушающей требования ч.7 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП <...> предписание об устранении нарушений Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

3. Выдать ИП <...> предписание об устранении нарушений Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ивановского УФАС России для решения вопроса в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 30 августа 2019 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

<...>