

РЕШЕНИЕ
по делу № 02-Р-2019

06 марта 2019 г.

г. Чебоксары

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

председатель Комиссии:

«...»

члены Комиссии:

«...»

рассмотрев дело № 02-Р-2019, возбужденное в отношении ООО «СИБИРСКИЙ ПОТОК» (ИНН 5260455785) по признакам нарушения требований определенных частью 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), выразившегося в отсутствии существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения и введении потребителей рекламы в заблуждение,

в отсутствие: лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения Закона о рекламе, Заявителя, надлежащим образом извещенных о дате и времени рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

11.01.2019 (вх. № 04-21/134) в Чувашское УФАС России поступило обращение гражданина «...» (далее - Заявитель) с заявлением о недостоверной рекламной информации, размещенной на стеле, установленной по Ядринскому шоссе Чувашской Республики и на баннере, размещенном в месте нахождения автозаправочной станции АЗС – 4 «Автопорт» по адресу г.Чебоксары, ул. Университетская, д.49.

Из заявления следует, что согласно информации, размещенной в вышеуказанных местах, стоимость реализуемого моторного топлива марки АИ - 95 предоставляется по цене 39, 95 руб. за литр.

При этом, при непосредственном обращении Заявителя к оператору автозаправочной станции, в целях осуществления заправки автомашины топливом по цене 39, 95 руб. за литр, ему было отказано.

Данный отказ оператором автозаправочной станции обусловлен отсутствием у Заявителя специальной дисконтной карты клиента, дающей право заправки машины топливом по цене, указанной на стеле и баннере - 39, 95 руб. за литр.

Таким образом, отсутствие в информации конкретного условия -обязательного наличия специальной карты клиента ввело Заявителя в заблуждение, что послужило его обращению в антимонопольный орган.

Факт указанного обстоятельства подтвержден представленными фотоматериалами, содержащими изображение стелы со сведениями о наименовании АЗС «Автопорт», видах и стоимости реализуемого моторного топлива, в том числе по цене 39, 95 руб. за литр, баннера, расположенного в месте расположения АЗС «Автопорт» (г.Чебоксары, ул. Университетская, д.49) и копией собственноручно написанной записки оператора – кассира АЗС «Автопорт» Ишаковой Е.К. от 05.01.2019, в которой отказано в заправке машины топливом по указанной на стеле и баннере цене - 39, 95 руб. за литр., в связи с не предоставлением Заявителем дисконтной карты.

Согласно представленному ответу ООО «СИБИРСКИЙ ПОТОК» размещение рассматриваемого информационного материала осуществлено данным обществом в целях проведения акции, принять участие в проведении которой, может любое физическое лицо, являющееся клиентом – держателем дисконтной карты АЗС «Автопорт», достигшее возраста 18 лет, приобретающее автомобильное топливо марок АИ-92, АИ-95, АИ-92 plus+, АИ-95 plus+.

Указанные условия акции размещались на сайте АЗС «Автопорт» (www.azs-autoport.ru), на баннере непосредственно на объекте проведения акции (г.Чебоксары, ул. Университетская, д.49), в эфире радио «Европа плюс».

Кроме того, на рекламных баннерах, в виде сноски, информировалось о том, что подробности и условия

акции необходимо уточнять у операторов АЗС и на сайте.

В материалы дела ООО «СИБИРСКИЙ ПОТОК» представлены материалы, подтверждающие вышеуказанную информацию, в том числе, рекламный баннер, содержащий дополнительные условия акции, а именно с наличием следующего текста: «Цена* на стеле указана с учетом акции и предоставляется – держателям дисконтных карт...».

Оценив и проанализировав представленные материалы и заявленные доводы сторон, Комиссия пришла к следующему.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования выступает товар, средство его индивидуализации, 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 результате осмотра представленной Заявителем копии баннера усматривается, в том числе, следующий текст.

«АИ 95 – 39.95 р, АИ 92 -37.92 р, АВТОПОРТ ЗАМОРАЖИВАЕТ ЦЕНЫ 1-10 января, 14,17,21,24,28,31 января».

Таким образом, представленная Заявителем информация в месте расположения АЗС «Автопорт» признается рекламой, поскольку все квалификационные признаки рекламы, предусмотренные статьей 3 Закона о рекламе, присутствуют в данной информации.

Общие требования к рекламе, установленные статьей 5 Закона о рекламе, недостоверную рекламу не допускают. В силу части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной.

Как следует из материалов дела, на баннере, размещенном в месте нахождения автозаправочной станции АЗС – 4 «Автопорт» по адресу г.Чебоксары, ул. Университетская, д.49, размещена реклама содержанием, в том числе, текста: «АИ 95 – 39.95 р, АИ 92 -37.92 р, АВТОПОРТ ЗАМОРАЖИВАЕТ ЦЕНЫ 1-10 января, 14,17,21,24,28,31 января».

При этом, в тексте данной рекламы отсутствует информация о необходимости иметь специальную дисконтную карту для заправки машинного топливом марки АИ - 95 по цене 39, 95 руб. за литр.

Использование привлекательного рекламного предложения в предоставлении заправки автомобильным топливом марки АИ - 95 по цене 39, 95 руб. за литр., вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку, при этом, требуется соблюдение дополнительного условия - наличие специальной дисконтной карты, не указанного в рекламе.

Таким образом, условие наличия дисконтной карты в рекламной информации не размещено, в то время как данное условие является существенным для потребителя в принятии решения заправки автомобиля именно на данной АЗС.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о рекламируемом и предлагаемом товаре.

Кроме того вся необходимая информация должна доводиться до потребителя непосредственно в рекламе для того, чтобы обеспечить возможность с ней ознакомиться, так как она может существенно повлиять на его выбор.

В соответствии с пунктом 28 Постановления Пленума ВАС РФ № 58 от 08.10.2012 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" следует, что 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 в рекламе отсутствуют существенные условия, содержащиеся в частности обязательные сведения или условия продажи товара (оказания услуг), то данная реклама признается ненадлежащей.

В силу требований части 7 статьи 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 вводится в заблуждение потребители рекламы.

При этом, оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Решение в соответствии со статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации может быть обжаловано в арбитражный суд.