

РЕШЕНИЕ

3. .04.2015

г. Липецк

Резолютивная часть решения объявлена 26.03.2015

Решение в полном объеме изготовлено 03.04.2015

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель: - руководитель управления А.А. Сешенов,

члены комиссии: - начальник отдела рекламы и
недобросовестной конкуренции Д.А. Шелестенко,

- специалист-эксперт Е.А. Высочина,

рассмотрев дело № 3, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту нарушения п.4 ч.3 ст.5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» Обществом с ограниченной ответственностью «О'КЕЙ» (далее - ООО «О'КЕЙ») <...>,

в присутствии

- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - ООО «О'КЕЙ»: <...>;

в отсутствие заявителя — <...>,

УСТАНОВИЛА:

02.12.2014 в Липецкое УФАС России поступило заявление гражданина <...> № 540-з от 02.12.2014 которое содержит следующие сведения: «24 ноября 2014 года мне на обозрение попал рекламный каталог гипермаркета «О'КЕЙ» «Всё на ёлку, всё под ёлку». На стр. 26 указанного каталога предлагалось купить Новогодний набор пирожных Барни весом 300 грамм за 154 руб. вместо 169 руб. и получить второй набор в подарок. Однако на кассе за два одинаковых Новогодних набора пирожных Барни мне пришлось заплатить 307 руб. 91. коп вместо указанных в рекламном каталоге 154 руб., что подтверждается чеком. Ни продавец, ни персонал магазина мне не смогли пояснить почему мне не предоставили второй набор пирожных в подарок как это указано в каталоге. Информация об изменении цены или возможной опечатке в каталоге на территории гипермаркета вывешена не была. При обращении на стойку информации сотрудники гипермаркета «О'КЕЙ» по данному

вопросу ничего вразумительного мне не смогли пояснить. Прошу привлечь к ответственности виновных лиц за распространение недобросовестной рекламы.».

Для подтверждения фактов, изложенных в заявлении Управление Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области после анализа обращения гражданина в адрес ООО «О'КЕЙ» <...> за № 6846-04 04.12.2014 года направило письменный запрос о предоставлении следующих документов и сведений:

- информацию о лице, являющегося в силу п.5 ст.3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем (с указанием полного наименования хозяйствующего субъекта, его должностного лица, юридического и фактического адреса, контактных телефонов);
- информацию о лице, являющегося в силу п.6 ст.3 ФЗ «О рекламе» рекламопроизводителем (с указанием полного наименования хозяйствующего субъекта, его должностного лица, юридического и фактического адреса, контактных телефонов);
- информацию о лице, являющегося в силу п.7 ст.3 ФЗ «О рекламе» рекламораспространителем (с указанием полного наименования хозяйствующего субъекта, его должностного лица, юридического и фактического адреса, контактных телефонов);
- копию договора с рекламоизготовителем, рекламораспространителем указанного рекламного каталога на предмет его изготовления и (или) распространения в г.Липецк;
- копию согласованного с рекламоизготовителем (источником рекламной информации) макета указанного рекламного каталога;
- в случае, если макет был предоставлен для изготовления в готовом виде, необходимо сказать об этом в сопроводительном письме и указать, в каком виде он был предоставлен (с приложением необходимой информации);
- копии счетов и платежных документов, подтверждающих заказ и оплату рекламодателем за изготовление и (или) распространения рекламного каталога в г.Липецк;
- копии распорядительных документов общества о проводимых акциях на товары, указанные в рекламном каталоге;
- копии документов подтверждающих соответствие скидок указанных в рекламном каталоге, фактическим скидкам, которые предоставлялись при реализации товара в гипермаркете «О'КЕЙ» по адресу: <...>;
- копию кассового чека № 75323 (ООО «О'КЕЙ», кассир: <...>, 24-11-2014, 18:07);
- копию свидетельства о регистрации СМИ «О'КЕЙ»;
- иные документы, по Вашему усмотрению.

В ответ на запрос ООО «О'КЕЙ» предоставило информацию о том, что рекламодателем и рекламораспространителем указанной выше рекламы

(каталога) является ООО «О'КЕЙ» <...>, рекламопроизводителем — ООО «Деловые Коммуникации» <...>.

п.1 ст.3 ФЗ «О рекламе» говорит, что 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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

п.2 ст.3 ФЗ «О рекламе» говорит, что объект рекламирования - товар, средства 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.

п.3 ст.3 ФЗ «О рекламе» говорит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с ч.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с п.4 ч.3 ст.5 Федерального 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.

Данная правовая норма содержит требования к рекламе, не зависящие от ее вида, формы, способа демонстрации и иных параметров.

Предметом регулирования ч.3 ст. 5 ФЗ «О рекламе» являются отношения, связанные с предоставлением потребителям достоверной информации о рекламируемых товарах и рекламодателях в целях обеспечения свободы потребительского выбора и реализации потребителями прав, предусмотренных законодательством о защите прав потребителей.

Предписания части 3 статьи 5 касаются содержания рекламных посланий и распространяются на предоставляемую информацию о товарах, о правомочиях и обязательствах рекламодателя, а также иную информацию, способную повлиять на правильный выбор предлагаемых товаров. В первую очередь предписаниям данной нормы должны следовать рекламодатели.

Сообщаемая в рекламе информация об объекте рекламирования должна быть достоверной. Достоверность информации предполагает правдивость и соответствие содержащихся в ней сведений о товаре, рекламодателе, его правомочиях и обязательствах и прочем действительным, имеющим место в реальности во время, к которому относятся такие сведения.

Под недостоверной рекламой понимается присутствие в рекламе не соответствующих действительности сведений в отношении объектов рекламирования. Посягательства на достоверность рекламы не допускаются.

Недостоверная реклама является ненадлежащей рекламой.

Пункт 4 части 3 статьи 5 не допускает распространения недостоверной рекламы, в которой присутствуют не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара. Данный запрет корреспондирует положениям потребительского законодательства, введен в развитие его норм и служит обеспечению защиты потребителей от действий недобросовестных производителей, изготовителей и продавцов.

Не соответствующее истине утверждение о товаре, его цене, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара, формируя у потребителя определенные, но ничем не оправданные ожидания, вводя потребителя в заблуждение относительно стоимости товара, способно предопределить его выбор и вынудить совершить действия, частично или полностью не отвечающие его интересам.

Обратив свое внимание на рекламу ООО «О'КЕЙ», содержащуюся в каталоге гипермаркета «О'КЕЙ» (период действия с 20 ноября по 17 декабря 2014 года), в которой предлагалось приобрести «Новогодний набор пирожных Барни» весом 300 грамм стоимостью 154 руб. вместо 169 руб. + второй в подарок, заявитель приобрел рекламируемый набор.

Исходя из условий размещенной рекламы потребитель при покупке «Новогоднего набора пирожных Барни» весом 300 грамм второй такой же набор должен был получить бесплатно. Однако при покупке 24.11.2014 «Новогоднего набора пирожных Барни» весом 300 грамм потребителю пришлось оплатить полную стоимость второго такого же набора, что противоречило содержанию рекламы размещенной в каталоге гипермаркета «О'КЕЙ» (период действия с 20 ноября по 17 декабря 2014 года).

Таким образом, в указанной выше рекламе содержатся несоответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Согласно ч. 7 ст. 5 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 вносятся в заблуждение потребители рекламы.

Сообщая потребителям не соответствующие действительности сведения, недобросовестная, недостоверная, неэтичная реклама способна ввести их в заблуждение и нарушить охраняемые законом права или интересы. И наиболее распространенным способом получения необоснованных преимуществ в осуществлении предпринимательской деятельности выступает ненадлежащая реклама, которая вводит потребителей в заблуждение и причиняет ущерб конкурентам.

Рекламное объявление формирует интерес к товару и направлено на формирование у потребителей желания его приобрести. Поэтому существенной является информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой.

Вводящая в заблуждение реклама способна причинить вред как потребителю рекламной информации, так и конкуренту рекламодавца. Так, введение потребителей в заблуждение посредством распространения ложной рекламы о цене товара, условиях его приобретения или использования, способна привести к неправильному выбору потребителем товара и одновременно привести к сокращению продаж однородных товаров конкурентами.

Главным инструментом введения в заблуждение, как правило, является распространение ложной или неточной информации вследствие сокрытия части существенной информации. Вводящая в заблуждение реклама сообщает не «объективно неправильные (неверные) сведения», а субъективно неправильные, т.е. те, которые способны ввести в заблуждение. Это означает, что при оценке рекламы на предмет введения в заблуждение учитывается субъективное восприятие сообщенных ею сведений. Определяющим в этом случае является не то, что имел в виду рекламодавец, и не то, насколько сообщенные сведения соответствуют истине, а лишь их восприятие потребителями.

В данном случае, прочитав рекламное сообщение, размещенное на странице 26 каталога гипермаркета «О'КЕЙ» «Всё на ёлку, всё под ёлку» (период действия с 20 ноября по 17 декабря 2014 года) следующего содержания: **«Подарок!!! ~~169.-~~ 154.- Новогодний набор пирожных Барни, 300 г + второй в подарок»** с изображением предлагаемого товара, заявитель обратился именно в этот магазин за покупкой пирожных. Реклама, обещающая приобретение указанного товара по сниженной цене и предоставление второго аналогичного товара бесплатно, явилась решающим критерием выбора гипермаркета «О'КЕЙ». Если бы заявитель получил всю информацию о товаре, возможно, выбрал бы другой магазин с более привлекательными для него условиями осуществления покупки.

Не соответствующее истине утверждение о товаре, обязательствах рекламодавца, формируя у потребителя определенные, но ничем не оправданные ожидания, вводя потребителя в заблуждение относительно существа тех или иных обязательств рекламодавца, способно предопределить его выбор и вынудить совершить действия, частично или полностью не отвечающие его интересам.

Таким образом, в указанной выше рекламе отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы, т.к. согласно рекламе заявитель при покупке «Новогоднего набора пирожных Барни», 300 г должен был заплатить 154 р. 00 коп. и получить второй «Новогодний набор пирожных Барни», 300 г в подарок (бесплатно). Однако, согласно чеку ООО «О'КЕЙ» от 24.11.2014 заявитель на кассе оплатил стоимость двух «Новогодних наборов пирожных Барни», 300 г (153 руб.96 коп. * 2 шт. = 307 руб. 91 коп.).

В соответствии с указанными выше фактами реклама ООО «О'КЕЙ» содержит признаки нарушения п.4 ч.3, ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе», т.к. в рекламе содержатся несоответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара, а также отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

02.02.2015 было направлено ходатайство в ФАС России за № 639-04 о наделении Липецкого УФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела в отношении ООО «О'КЕЙ».

19.02.2015 года был получен ответ ФАС России о наделении Липецкого УФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ООО «О'КЕЙ».

Определением о возбуждении дела № 3 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе дело было назначено к рассмотрению на 26.03.2015 года на 12 часов 00 минут.

На рассмотрении дела № 3, возбужденного по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе 26.03.2015 представитель ООО «О'КЕЙ» <...>, действующая по доверенности от 24.03.2015 № ОК/15-4554 пояснила, что в указанном рекламном каталоге была допущена опечатка в отношении товара «Новогодний набор пирожных Барни», 300 гр» в части указания «+ второй в подарок», т.к. фактически к товару шел подарок в виде гирлянды, находящейся на упаковке того же товара (коробка с перфорацией), а не второй набор в качестве подарка. О данной опечатке надлежащим образом заблаговременно была доведена информация до сведения потребителей (посетителей гипермаркета «О'КЕЙ») путем размещения соответствующих объявлений в гипермаркете на весь период действия каталога. Каких-либо жалоб на условия данной акции от покупателей магазина в адрес общества не поступало. Таким образом, ООО «О'КЕЙ» считает, что заблаговременно предприняло все возможные меры для надлежащего уведомления покупателей о допущенной опечатке во избежание недоразумений при приобретении ими вышеупомянутого набора.

В своем обращении гражданин <...> указывает, что он обращался на стойку информации гипермаркета «О'КЕЙ» с целью выяснить по какой причине ему не представили второй набор пирожных в подарок как это указано в каталоге, но сотрудники гипермаркета «О'КЕЙ» ничего вразумительного ему не смогли пояснить.

Так же представитель ООО «О'КЕЙ» <...> приложила фотографии, свидетельствующие о том, что объявление, опровергающее рекламную информацию следующего содержания: **«Подарок!!! 169.- 154.- Новогодний набор пирожных Барни, 300 г + второй в подарок»** из каталога гипермаркета «О'КЕЙ» (период действия с 20 ноября по 17 декабря 2014 года) было размещено на доске информации гипермаркета «О'КЕЙ» и прикассовых зонах гипермаркета «О'КЕЙ».

Однако место съемки на доказательствах, представленных ООО «О'КЕЙ» в виде фотоснимков, не указано. Доказательства не заверены надлежащим образом. Не указано также каким устройством были выполнены фотоснимки, не представлен для обозрения цифровой носитель фотоснимков.

Исходя из вышеизложенного Комиссия приходит к выводу, что установить место распространения информации о допущенной ошибке в каталоге гипермаркета «О'КЕЙ» (период действия с 20 ноября по 17 декабря 2014 года), опираясь на представленные доказательства, не представляется возможным.

Кроме того, в материалах дела №3 имеются документы, свидетельствующие о распространении каталога ООО «О'КЕЙ» «Всё на ёлку, всё под ёлку» по почтовым ящикам жителей города Липецк.

Учитывая вышеизложенное Комиссия не принимает во внимание фотографии, представленные ООО «О'КЕЙ» в качестве доказательств, подтверждающих, что ООО «О'КЕЙ» были предприняты все необходимые надлежащие меры во избежание нарушения действующего законодательства Российской Федерации о рекламе.

Следовательно, доказательств, подтверждающих факт распространения информации о допущенной ошибке в каталоге гипермаркета «О'КЕЙ» (период действия с 20 ноября по 17 декабря 2014 года) в гипермаркете «О'КЕЙ» 24.11.2014 года по адресу: <...> ООО «О'КЕЙ» Комиссии Липецкого УФАС России представлено не было.

Оценив имеющиеся в материалах дела доказательства в их совокупности, Комиссия приходит к выводу о том, что реклама ООО «О'КЕЙ» содержит признаки нарушения п.4 ч.3 ст.5 ФЗ «О рекламе», т.к. в рекламе содержатся несоответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, т.к. согласно рекламе заявитель при покупке «Новогоднего набора пирожных Барни» весом 300 грамм стоимостью 154 руб. вместо 169 руб. должен был получить второй такой же набор бесплатно.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 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 ненадлежащей рекламу, распространяемую в городе Липецк на странице 26 каталога гипермаркета «О'КЕЙ» «Всё на ёлку, всё под ёлку» (период действия с 20 ноября по 17 декабря 2014 года) следующего содержания: **«Подарок!!! 169.- 154.- Новогодний набор пирожных Барни, 300 г + второй в подарок»** с изображением предлагаемого товара, рекламодателем которой является Общество с ограниченной ответственностью «О'КЕЙ», так как в рекламе содержатся несоответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара в нарушение п.4 ч.3, ч.7 ст.5 Федерального закона от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ «О рекламе».
2. Не выдавать Обществу с ограниченной ответственностью «О'КЕЙ» предписание об устранении нарушений законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Липецкого УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ.

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