

ИГ/34106 от 03.08.2016

ООО «Директ Почта»

127422, г. Москва,

ул. Костякова, д. 10

127015, г. Москва

ул. Вятская, д. 27, стр. 7

ООО «Группа компаний  
ТЕРРАЛАЙФ»

105062, г. Москва,

ул. Покровка, д. 28, стр. 2

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «12» июля 2016 года.

В полном объеме решение изготовлено «02» августа 2016 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 – П.В. Олейника, Н.С. Уваровой,

рассмотрев дело № 3-5-67/77-16 возбужденное в отношении

ООО «Директ Почта» по факту распространения в журнале «Тайны звезд» № 35 (406) от 19.08.2015 рекламы супер-игры «12 стульев», проводимого

ООО «Директ почта», с признаками нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы, 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,

в отсутствие представителей ООО «Скай Лайн», ООО «Группа компаний ТЕРРАЛАЙФ» (уведомлены надлежащим образом),

1

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-67/77-16 возбуждено в отношении ООО «Директ Почта» на основании обращения физического лица (вх. № 4549 от 10.02.2016) по факту распространения в журнале «Тайны звезд» № 35 (406) от 19.08.2015 рекламы супер-игры «12 стульев», проводимой ООО «Директ почта».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, 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.

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.

ООО «Директ почта» (адрес: 127015, г. Москва ул. Вятская, д. 27, стр. 7) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 16.01.2016 за основным государственным регистрационным номером 1157746030309, ИНН 7714326233, КПП 771401001.

ООО «Группа компаний ТЕРРАЛАЙФ» (105062, г. Москва, ул. Покровка, д. 28, стр. 2) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 13.03.2012 за основным государственным регистрационным номером 1127746173466, ИНН 7709898958, КПП 770901001.

В журнале «Тайны звезд» № 35 (406) от 19.08.2015 распространялась следующая информация: «Суперигра 12 стульев, Правила суперигры, 1. Сотрите защитный слой на всех 12 стульях; Если Вы обнаружили стул с деньгами, немедленно

позвоните по телефону, назовите номер выигрышного стула и получите 1 000 000 рублей. Если Вам не повезло, не расстраивайтесь! Ждите следующего розыгрыша...».

Размещение данной информации сопровождается дополнительными сведениями (условиями акции), изложенными мелким шрифтом и расположенными в правом нижнем углу рассматриваемого макета. Данные сведения содержат, в том числе, информацию об организаторе мероприятия — ООО «Директ почта».

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. Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и

2 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.

Журнал «Тайны Звезд» зарегистрирован в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство ПИ № ФС77-54296).

Таким образом, установлено, что журнал «Тайны звезд» является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

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 настоящем случае объектом рекламирования выступает супер-игра «12 стульев», проводимая ООО «Директ почта».

На основании изложенного, информация о супер-игре «12 стульев», проводимой ООО «Директ почта», размещенная в журнале «Тайны звезд» № 35 (406) от

19.08.2015, является рекламой.

В соответствии с частью 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 вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Данная норма права запрещает вводить потребителей в заблуждение посредством искажения смысла рекламной информации ввиду отсутствия части существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования.

Таким образом, норма части 7 статьи 5 Закона о рекламе запрещает в рекламе умалчивать информацию, которая, будучи сообщенной, изменила бы созданное рекламой представление потребителей о товаре, об условиях его приобретения или использования.

Отсутствие в рекламе какой-либо части информации о товаре (услуге) приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей,

имеющих намерение воспользоваться рекламируемым товаром (услугой).

Размещенная в журнале «Тайны звезд» № 35 (406) от 19.08.2015 реклама маркетинговой акции «Суперигра 12 стульев» содержала следующие сведения: «Суперигра 12 стульев сделает Вас богаче на 1 000 000 рублей! Эти деньги спрятаны в

одном из 12 стульев, и получит их только один счастливчик. Сотрите все 12 защитных

слоев и проверьте: возможно, стул с деньгами достанется именно Вам! Вы обнаружили в одном из стульев 1 миллион? Скорее позвоните, назовите номер стула и

3

получите деньги!».

При этом, вышеуказанный текст рекламы выполнен крупным, хорошо читаемым контрастным шрифтом, размещенном на ярком фоне, в результате чего внимание потребителей рекламы привлекается именно к данной части рекламы.

Вместе с тем, размещение данной информации сопровождается дополнительными сведениями, изложенными мелким, трудночитаемым шрифтом и расположенными внизу рассматриваемого макета.

Дополнительные сведения содержат следующую информацию: «На правах рекламы\*\* ООО «Директ Почта» (далее - «ФИРМА») проводит с 25.08.2015 по 27.10.2015 акцию с вручением главного приза в размере — 800 000 р. и доп. премиями 150 000 р. и 50 000 р. (далее - «приз» и «премия»).

Настоящая акция не является конкурсом, игрой или лотереей, т. к. не основана на риске. По результатам акции денежные призы могут суммироваться до 1 000 000 р. при условии, что сумма заказа главного победителя не менее чем в три раза выше суммы заказа следующего претендента на доп. премию. 2) На первом этапе всем клиентам предлагается найти под защитным слоем,

расположенные на данном макете число 1 000 000 (единое число для всех клиентов). Номер выигрышного стула единый - № 6. Клиенты, позвонившие по телефону по настоящему рекламному объявлению в прессе «СУПЕРИГРА 12 стульев» выражают свое согласие на получение товарного каталога и набора документов информационного характера, а также соглашаются с условиями

проведения акции и претендуют в финале акции на получение главного приза — 800 000 р., доп. Премий 150 000 р. и 50 000 р. Вещевые призы направляются вместе с информационными материалами и товарным предложением. 3) На 2-м этапе клиенты, сделавшие и оплатившие заказ из каталога, при выполнении всех условий, становятся зарегистрированными участниками акции и претендуют в ее финале на получение приза и премий. Обладатели приза (главный победитель) и премий будут определены в финале не случайным образом, а комиссией согласно «правилам проведения акций, определения призеров и вручения призов» с учетом суммы заказа (максимальной), даты поступления заказа (быстрый ответ не является основным критерием, преимущество имеет сумма заказа), факт поступления в полном объеме оплаты по данному заказу (в соответствии с данными об оплате, поступившими от кредитной организации). Приз и премии вручаются бесплатно безналичным путем в течение 30 дней со дня получения банковских реквизитов за вычетом НДФЛ 35%. 4) Регистрация на участие в акции завершается за два дня до финала по почтовому штемпелю. Предложение действительно для граждан РФ от 18 лет. 5) Организатор (продавец) ООО «Директ почта», ОГРН 1157746030309. Адрес: 127422, г. Москва, ул. Костякова, д. 10. Всю корреспонденцию отправляйте по адресу: ООО «Директ Почта», а/я 15, Московский АСЦ, 140961. Информацию об организаторе акции, правилах ее проведения, количестве призов или выигрышей по результатам акции, сроках, месте и порядке их вручения можно получить по телефону 8(499)215-23-77

4

(понедельник-пятница с 09:00 до 21:00, выходные с 09:00 до 19:00).

Все вышеуказанные дополнительные сведения занимают незначительную часть рекламного макета.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий не позволяет потребителю рекламы воспринимать данные сведения в силу способа их изложения, а

также их содержания.

Комиссия Московского УФАС России, оценивая содержание спорной рекламы, считает необходимым отметить следующее.

Основной блок спорной рекламы содержит следующую информацию:

«Суперигра 12 стульев сделает Вас богаче на 1 000 000 рублей! Эти деньги спрятаны в

одном из 12 стульев, и получит их только один счастливчик. Сотрите все 12 защитных

слоев и проверьте: возможно, стул с деньгами достанется именно Вам! Вы обнаружили в одном из стульев 1 миллион? Скорее позвоните, назовите номер стула и

получите деньги!».

Из буквального прочтения указанного текста рекламы следует, что лицо, которое стерло все 12 защитных слоев, обнаружило стул с деньгами, позвонило по указанному телефону и назвало номер выигрышного стула, получает 1 000 000 рублей.

Вместе с тем, согласно Правилам проведения маркетинговых акций, определения призеров и вручения призов, утвержденных генеральным директором ООО «Директ Почта» (далее — Правила), стать обладателем главного приза в результате совершения вышеописанных действий невозможно. В соответствии с пунктом 3.11 Правил, «главным победителем» признается клиент, сделавший и оплативший заказ на наибольшую сумму, при

условии отсутствия возврата товаров клиентом по данной акции и неполучения в прошлом главных призов в других акциях, проводимых ООО «Директ Почта». В соответствии с Условиями проведения маркетинговой акции, а также положениями Правил, для того, чтобы принять участие в рекламируемом стимулирующем мероприятии, необходимо заказать и оплатить товар из каталога ООО «Директ Почта».

Установлено, что лицо, выполнившее указанные в рекламе действия, фактически получает только право выразить свое согласие на получение товарного каталога и набора документов информационного характера, позволяющих принять участие в акции.

Таким образом, лицо, выполнившее указанные в рекламе условия, фактически не совершает никаких действий, направленных на участие в стимулирующем мероприятии ООО «Директ Почта».

Между тем, наличие в рекламе следующих утверждений: «Суперигра 12 стульев сделает Вас богаче на 1 000 000 рублей! Эти деньги спрятаны в одном из 12

стульев, и получит их только один счастливчик. Сотрите все 12 защитных слоев и проверьте: возможно, стул с деньгами достанется именно Вам! Вы обнаружили в одном из стульев 1 миллион? Скорее позвоните, назовите номер стула и получите деньги!», способно создать у потребителей рекламы впечатление о том, что при 5

обнаружении стула с деньгами в результате указанных в рекламе действий, выигрыш денежного приза в размере 1 000 000 рублей гарантирован. Однако, как было установлено ранее, данное впечатление является ложным.

Все вышеприведенные обстоятельства позволяют сделать вывод о том, что ООО «Директ Почта» проявило недобросовестность при определении содержания рекламы, что привело к искажению смысла рекламы и ввело в заблуждение ее потребителей.

Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», если в рекламе информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования.

Принимая во внимание наличие в спорной рекламе противоречивых сведений о правилах определения обладателя приза, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что данная информация в рекламе фактически отсутствует.

Таким образом, при распространении в журнале «Тайны звезд» № 35 (406) от 19.08.2015 рекламы рассматриваемого стимулирующего мероприятия установлено

нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Размещение спорной рекламы в журнале «Тайны звезд» № 35 (406)

от 19.08.2015 осуществлялось на основании договора № 02/11-14 от 19.02.2015,

заключенного между ООО «Группа компаний ТЕРРАЛАЙФ» и ООО «Директ почта».

Предметом договора № 02/11-14 от 19.02.2015 является оказание ООО «Группа компаний ТЕРРАЛАЙФ» комплекса рекламных услуг ООО «Директ почта».

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

На основании представленных в материалах настоящего дела документов установлено, что ООО «Директ почта» осуществляет, в том числе, деятельность, связанную с розничной торговлей товарами народного потребления дистанционным способом.

В целях поддержания интереса к своим товарам и способствованию их реализации, ООО «Директ Почта» проводит стимулирующие мероприятия (маркетинговые акции с вручением ценных призов), информация об одном из которых

была размещена в журнале «Тайны звезд» № 35 (406) от 19.08.2015. Данный факт подтверждается письменными пояснениями Общества и не отрицался представителем

ООО «Директ Почта» в ходе рассмотрения настоящего дела.

На основании изложенного и учитывая то обстоятельство, что размещение спорной рекламы в журнале «Тайны звезд» № 35 (406) от 19.08.2015 осуществлялось в интересах и по заказу ООО «Директ Почта», Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем спорной рекламы является ООО «Директ Почта».

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО «Директ Почта», при размещении в журнале «Тайны звезд» № 35 (406) от 19.08.2015 рекламы рассматриваемого стимулирующего мероприятия, установлено нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

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.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на

основании которых рассматриваемая реклама размещалась. Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, 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 выдачи ООО «Директ Почта», ООО «Группа компаний ТЕРРАЛАЙФ» предписаний о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

7

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «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 ООО «Директ Почта» нарушившим требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе при распространении в журнале «Тайны звезд» № 35 (406) от 19.08.2015 ненадлежащей рекламы «Суперигра 12 стульев; Правила суперигры, 1. Сотрите защитный слой на всех 12 стульях; Если Вы обнаружили стул с деньгами, немедленно позвоните по телефону, назовите номер выигрышного стула и получите 1 000 000 рублей. Если Вам не повезло, не расстраивайтесь! Ждите следующего розыгрыша...», 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.

2. Выдать ООО «Директ Почта», ООО «Группа компаний ТЕРРАЛАЙФ» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) 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.

Заместитель руководителя И.С. Гудкова

Члены комиссии П.В. Олейник

Н.С. Уварова

Исполнитель: Уварова Н.С. (495) 784-75-05 (доб. 159)

8