

02.04.2019 г. в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) поступило обращение гр. Федорова К.П. №12926 в котором указываются факты распространения рекламы акции магазина «Дочки-Сыночки» с использованием рекламного листочка с признаками нарушения пункта 4 части 3 статья 5, части 10.1 статьи 5, части 7 статьи 5, Федерального закона «О рекламе».

Заявитель сообщает, что рекламный листок был получен 28 августа 2020 г. после оплаты на кассе в магазине "Дочки-Сыночки", расположенному в ТВЦ "СахаЭкспоЦентр", по адресу: г. Якутск, ул. Ярославского, 21/1. Данная акция действительна с 31 августа по 13 сентября текущего года.

Заявитель указывает, что основанием для данного обращения стало введение в заблуждение скидочным купоном «В подарок 500 рублей», после предъявления скидочного купона на кассе магазина «Дочки-Сыночки», оказалось, что скидка составляет 15 % от стоимости покупки и скидки в размере 500 рублей в подарок не предоставляется. Заявитель считает, что указание в рекламе информации о скидке в размере 500 рублей в подарок, ввело его в заблуждение, что по мнению заявителя нарушило его права, что тем самым нарушило право на достоверную рекламу.

В рассматриваемой рекламе содержится следующая информация: «В подарок 500 рублей, Дочки-Сыночки.DOCHKISINOSHKI.RU. Скачайте новое мобильное приложение, указаны QR-код для скачивания приложения. Кроме того, в рекламе мелким шрифтом указаны правила получения скидки: «скидка по купону действительна в магазине «Дочки-Сыночки» с 31 августа по 13 сентября 2020 г. Купонами можно оплатить покупки из категории одежда, обувь, игрушки. Скидка, предоставляемая по купону, не может превышать 15% от суммы чека. Скидка не предоставляется на подгузники, продукты питания, крупногабаритные товары. Скидка по данному купону не суммируется с другими купонами, акциями и условиями бонусной программы. После получения скидки купон изымается кассиром, повторно скидка по нему не предоставляется. При возврате товара, купон покупателю не возвращается, возвращается только сумма, фактически оплаченная за товар».

Согласно статье 3 ФЗ "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, 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.

Совокупное восприятие информации содержащейся в рекламе дает основание полагать, что объектом рекламирования в данном случае выступает акция «В подарок 500 рублей» магазина «Дочки-сыночки», реклама адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему, указание в рекламе информации «в подарок 500 рублей Дочки-Сыночки» стимулирует к приобретению товаров в указанном магазине.

Согласно пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

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.

Пунктом 4 части 3 статьи 5 ФЗ "О рекламе" установлено, что 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.

В нарушение данной правовой нормы в спорной рекламе содержится недостоверная информация о предоставлении скидки

В соответствии с 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 вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с пунктом 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" рекламодаделец 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 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 (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе).

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

В рассматриваемой рекламе также размещено предложение скачать по QR-кодам новое мобильное приложение «Дочки Сыночки», которое в силу статьи 2 Федерального закона "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" является информационной продукцией.

В соответствии с частью 10.1 статьи 5 Федерального закона "О рекламе" не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона "О защите

детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", без указания категории данной информационной продукции.

Под информационной продукцией согласно статье 2 Федерального закона "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" понимаются предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий, посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети "Интернет", и сетей подвижной радиотелефонной связи.

Принимая во внимание наличие фактов указывающих на признаки нарушения пункта 4 части 3, части 7, части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частями 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе