

## РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ № 06-03-13/10

10.09.2013 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия), рассмотрев материалы дела от 15.08.2013г. № 06-03-13/10 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

в присутствии <П...> и <К...> - представителей общества с ограниченной ответственностью «Норд», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе,

### УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области (далее УФАС по Мурманской области, Управление) поступило заявление гражданина <Е...>, по поводу распространения в эфире регионального телевизионного вещания, рекламы с признаками нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее - Закон о рекламе).

Из заявления гражданина следует, что 19 июня 2013 года на телеканале Россия 1 в Мурманском рекламном блоке в утренние часы после программы «Вести Мурманска» демонстрировалась реклама: «Улыбка радуги. Во всех магазинах «Улыбка радуги» производится возврат 100% стоимости покупки», в рекламе имелась надпись мелким шрифтом, которую заявитель не сумел прочесть, т.к. реклама мгновенно сменилась.

Обещание в рекламе вернуть 100% стоимости покупки очень привлекло заявителя, и он пришел в магазин за покупками. При оплате товара был разочарован, т.к. оказалось, что в акции, про которую говорится в рекламе, участвуют держатели карт «Авантаж», действует акция на выборочные товары и деньги не возвращают, как обещано в рекламе, а зачисляют в виде бонусов на карту «Авантаж», которой впоследствии можно рассчитывать в этом же магазине. В этой связи от части товара ему пришлось отказаться.

Заявитель считает, что такая реклама нарушает законодательно о рекламе, так как ввела его в заблуждение. По его мнению, в первую очередь необходимо информировать об условиях, проводимой акции, что бы покупатели не попадали в такие неловкие ситуации. Гражданин просит принять меры по указанной рекламе.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе в целях настоящего Федерального закона используются следующие понятия:

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;

объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама;

товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Комиссия изучила представленные материалы:

- рекламные ролики,
- полный текст рекламы;
- договор комплексного оказания рекламных услуг №16 от 11.02.2013 года;
- копию почасового графика выхода в эфир рекламы;
- копию акта выполненных работ №86 от 25.06.2013,
- копии информационных писем ООО «Норд»,
- копию распоряжения № 108-ПР «о проведении акций 2013»;
- копию Устава ООО «Норд»;
- письменные объяснения по признакам нарушения Закона о рекламе ООО «Норд».

Из материалов следует, что 19 июня 2013 года в блоках региональной рекламы на канале «Россия 1» демонстрировались 10 секундные рекламные ролики в 3 вариантах.

В кадре демонстрировался логотип «Улыбка радуги» и один из продуктов с перечеркнутой ценой: стиральный порошок, блеск для губ, шампунь. Рекламный ролик озвучивался следующими словами: «**Во всех магазинах «Улыбка радуги» производится возврат 100% стоимости покупки**». Эта же фраза «**возврат 100% стоимости покупки**», выполненная крупным синим шрифтом, дублировалась в правой стороне экрана. Все ролики содержали изображение одного из продуктов, карточки «Авантаж» и в нижней части экрана не читаемую надпись мелким шрифтом.

Из текста рекламы (7 строк), выполненного мелким нечитаемым шрифтом следует:

*«Возврат стоимости осуществляется посредством зачисления на карту «Авантаж» баллов на сумму покупки, которые можно потратить на приобретение товаров в соответствии с правилами акции. Предложение на рекламируемые товары действует с 16.06.2013 по 25.06.2013. Цена указана в рублях. Количество товара ограничено. Программа накопления баллов действует с 31 мая 2013 г. Срок действия программы накопления-бессрочная. Ограничений по срокам использования баллов нет. Акция действует во всех магазинах города Мурманска и Мурманской области. Об организаторе акции, о правилах её проведения, о порядке начисления баллов, о сроках, месте и порядке их получения можно узнать по телефону 8 800 333 66 00 или на сайте [www.r-ulybka.ru](http://www.r-ulybka.ru). Правило программы «Авантаж» можно узнать на*

сайте [www.avantageclub.ru](http://www.avantageclub.ru)»

Рассматриваемая реклама, размещенная 19.06.2013г. в блоках Мурманской региональной рекламы на канале «Россия 1», содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования о магазинах «Улыбка радуги», а также формирует интерес к акции: «возврат 100% стоимости покупки», побуждает посетить магазины «Улыбка радуги» и поучаствовать в акции неопределенный круг лиц.

В вышеназванной рекламе Комиссия выделила объектами рекламирования:

1. акцию «**возврат 100% стоимости покупки**»;

2. магазины «Улыбка радуг».

Из информационного письма ООО «Норд» от 23.05.2013г следует, что акция «Возвращаем 100% стоимости покупки проводится ООО «Норд» во всех магазинах «Улыбка радуги» на территории г. Мурманска и Мурманской области для держателей бонусных карт «Авантаж» на следующие конкретные наименования товара по нижеприведенной стоимости:

Гель для душа La Petit Marselliais 250 мл (в ассортименте) по цене 99.9 рублей;

Средство для мытья посуды Pril 450 мл (в ассортименте) по цене 45.5 рублей;

Тушь для ресниц Eveline Big Volume lash 9 мл (в ассортименте) по цене 139 рублей;

Стиральный порошок Losk Intensive 1,5 кг (в ассортименте) по цене 146.7 рублей;

Блеск для губ Eveline Holografic brilliant 9 мл (в ассортименте) по цене 69 рублей;

Шампуни и бальзамы Loreal Paris Elseve полное восстановление секущихся кончиков (в ассортименте) по цене 129 рублей.

Общий срок проведения акции с 31 мая по 25 июня 2013 года, который включает в себя совершение покупки согласно правилам акции, адрес сайта акции [www.r-ulybka.ru](http://www.r-ulybka.ru)

Порядок участия в акции: для того, чтобы принять участие в акции, участнику программы лояльности «Авантаж», необходимо совершить совокупность следующих действия при соблюдении нижеприведенных условий:

- в период **с 31 мая 2013 г по 14 июня 2013 г.** совершить покупку, предоставляя бонусную карту «Авантаж» аукционный товар: Гель для душа La Petit Marselliais 250 мл (в ассортименте) по цене 99.9 рублей; Средство для мытья посуды Pril 450 мл (в ассортименте) по цене 45.5 рублей; Тушь для ресниц Eveline Big Volume lash 9 мл (в ассортименте) по цене 139 рублей;

- **в период 16 по 25 июня 2013 г.** (включительно) совершить покупку, предоставляя бонусную карту «Авантаж» аукционный товар: Стиральный порошок Losk Intensive 1,5 кг (в ассортименте) по цене 146.7 рублей; Блеск для губ Eveline Holografic brilliant

9мл (в ассортименте) по цене 69 рублей; Шампуни и бальзамы Loreal Paris Elseve полное восстановление секущихся кончиков (в ассортименте) по цене 129 рублей.

**Единовременно возможна покупка не более 3 товаров одного вида.**

В течение 24 часов с момента совершения покупки на бонусную карту «Авантаж» зачисляются баллы, равные 100% стоимости совершенной покупки акционного товара. Один балл эквивалентен одному рублю. Баллы зачисляются на бонусный счет владельца карты «Авантаж». Компенсация стоимости производится из расчета стоимости акционного товара, оплаченного рублями. **За товар, оплаченный накопленными баллами, возврат стоимости не производится. Накопленные баллы не возвращаются в денежном эквиваленте.**

Согласно письменным объяснениям общества с ограниченной ответственностью «Норд» (далее – ООО «Норд», Общество) на срок действия договора коммерческой концессии №30 КК от 01.03.2012г. имеет право использовать в своей деятельности товарный знак «Улыбка радуги» с целью успешного сбыта парфюмерной продукции, продуктов бытовой химии и иной продукции.

11.02.2013 г. ООО «Норд» заключило договор комплексного оказания услуг № 16 с ООО «Медиа-Консалт», в соответствии с которым ООО «Медиа-Консалт» размещает на телевидении рекламные ролики предоставленные ООО «Норд». Рекламные ролики демонстрировались на канале «Россия 1» в блоке региональной рекламы в 6 вариантах с 10.06.2013 по 25.06.2013г.

ООО «Норд» в объяснении ссылается на то, что в целом законодательство о рекламе не определяет таких обязательных требований к телевизионной рекламе, как размер шрифта текстового наполнения рекламного ролика, продолжительность показа на экране текста, дублирование показанного текста звуковым сопровождением.

По мнению Общества, использование в рекламе такого визуального приема, как неодинаковый шрифт, и быстрая смена кадра не исключает возможность того, что потребитель прочтет в конкретных условиях весь объем размещенной информации.

По мнению Общества, вся информация об акции представлена в рекламном ролике в полном объеме, следовательно, нарушений части 7 статьи 5 и пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе нет в действиях рекламодателя ООО «Норд».

ООО «Норд» не считает себя нарушившими рекламное законодательство.

Представители ООО «Норд» акцентировали внимание Комиссии на том, что помимо рекламы на телевидении в магазинах «Улыбка радуги» акция сопровождалась каталогом, речевым модулем продавца и корпоративным радио, в которых можно было найти подробные и существенные сведения о проводимом рекламном мероприятии «*«Улыбка радуги» возвращает 100% стоимости покупки»*».

Кроме того, Общество в своих объяснениях ссылается на то, что рекламораспространитель обязан был проверить рекламный ролик на соответствие рекламному законодательству.

Комиссия, в присутствии представителей, неоднократно просмотрела рекламные

ролики и убедилась, что, то непродолжительное время (10 секунд), которое реклама демонстрируется на экране телевизора и используемый при этом шрифт, не позволяют даже прочесть всю информацию, изложенную в рекламе, а тем более уловить до конца смысл рекламы и воспринять в полной мере.

Реклама построена таким образом, что на экране появляется цветной логотип «Улыбка радуги», затем поднимается шторка, и все внимание зрителя концентрируется на крупном тексте от 2,5 до 3,5 см **«УЛЫБКА РАДУГИ» ВОЗВРАЩАЕТ 100% СТОИМОСТИ ПОКУПКИ»**, причем этот же текст озвучивается за кадром.

Информация о существенных условиях, т.е. об условиях акции, сроках её проведения, месте ознакомления с условиями акции (сайт, телефоны), выполнена мелким по сравнению с основным рекламным текстом шрифтом, **не озвучивается за кадром и демонстрируется зрителю на экране менее 10 секунд.**

Печатный текст условий акции, **выполненный мелким шрифтом 0,3 см занимает 5 строк.**

С учетом способа и особенности размещения рекламы (кадр в телевизионном вещании невозможно остановить), а также свойств человеческого зрения, восприятие текста условий акции и места ознакомления с правилами проведения акции, исполненного мелким шрифтом, и демонстрирующегося на экране телевизора непродолжительное время было невозможно.

Такие особенности лишают потребителей рекламы возможности воспринимать ее в полном объеме, делая доступным для нормального восприятия только текст рекламы, выполненный крупным шрифтом, что в отсутствие доступных для нормального восприятия сведений о существенных условиях рекламируемой акции приводит к искажению смысла информации и вводит потребителей в заблуждение.

Не случайно заявитель указал в своем обращении, что был введен рекламой в заблуждение. Ведь условия возврата денежных средств, как и ссылки на сайты и номер телефона, где можно узнать дополнительную информацию об этой акции были указаны мелким нечитаемым шрифтом. Такая важная для потребителя информация не озвучивалась на протяжении рекламы.

Не обладая существенной информацией о том, что возврат стоимости осуществляется посредством зачисления на карту «Авантаж» баллов на сумму покупки, которые можно потратить на приобретение товаров в соответствии с правилами акции, заявитель посчитал, что за совершенную покупку в магазине «Улыбка радуги» ему вернут 100% стоимости покупки, т.е. покупка будет бесплатной.

Рекламный ролик построен таким образом, что аудио и видео ряд сосредотачивал внимание потребителя на привлекательной для **продавца** информации, с целью привлечения покупателей в магазины «Улыбка радуги», но не доводил полную и существенную информацию до потребителя рекламы.

Несмотря на формальное наличие в рекламе информации об условиях проведения акции, форма представления сведений была такова, что они не воспринимались потребителями.

В данном случае права потребителей рекламы не соблюдены, поскольку существенная часть информации, касающаяся условий акции, представлены в плохо воспринимаемом виде, то есть фактически отсутствует.

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.

Таким образом, Комиссия считает, что данная информация **не была доведена** до потребителей надлежащим образом, а именно - отсутствует часть существенной информации, при этом искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированная у потребителя такой рекламы.

Доведение до потребителя достоверной информации должным образом с указанием полных и существенных условий акции, - одна из гарантий соблюдения информационного права потребителя.

Кроме того, потребитель рекламы – заявитель <Е...>, воспринял рекламную фразу: **«возврат 100% стоимости покупки»** буквально. Как следует из заявления, под воздействием рекламы, придя в магазин «Улыбка радуги» <Е...> набрал корзину товаров. В понимании заявителя покупка - это любые выбранные и приобретенные им товары одновременно в данном магазине.

Термин покупка, согласно толковому словарю, обозначает приобретение чего либо.

Согласно представленным материалам, в рекламном ролике под покупкой подразумевается товары, участвующих в акции, а не все товары, реализуемые в магазине «Улыбка радуги» и соответственно **«возврат 100% стоимости покупки»** производится только на товары указанные в акции.

Следует отметить, что в приведенных в рекламе условиях акции отсутствуют следующие условия:

- единовременно возможна покупка не более 3 товаров одного вида;
- конкретные три продукта можно приобрести только в определенные даты.

Таким образом, сведения о возврате стоимости покупки недостоверны.

Согласно пункту 4 части 3 статьи 5 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.

Доводы ООО «Норд» о том, что, дополнительная рекламная информация была размещены в магазине не принимаются Комиссией, т.к. рассматривается конкретная реклама, распространенная на телевидении, о которой говорится в

заявлении гражданина.

Что касается ответственности рекламодателя ООО «Медиа –Консалт», о котором упоминает Общество, то ответственность за нарушение указанных норм возлагается Законом о рекламе лишь на рекламодателя.

Исследовав представленные материалы, Комиссия считает, что вышеназванная реклама не соответствует требованию пункта 4 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе, является **недостоверной** и в соответствии со статьей 3 Закона о рекламе **ненадлежащей**.

В соответствии с пунктами 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 4 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Закона возложена на **рекламодателя**.

Согласно статье 3 Закона о рекламе под рекламодателем понимается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно материалам дела, продавцом рекламируемых товаров является ООО «Норд», которое определило объект рекламирования и содержание рекламы и допустило размещение рекламы 19.06.2013, а также в период с 10.06.2013 по 25.06.2013 года в блоках региональной рекламы на канале «Россия1».

**Рекламодателем** является - ООО «Норд» (ИНН 5192900989, 183034, г. Мурманск, пр. Г. Североморцев, д.43).

Несоблюдение требований законодательства о рекламе имеет высокую степень общественной опасности, поскольку отсутствие в рекламе существенной части информации либо невозможность ее восприятия, что фактически является ее отсутствием, а также доведение недостоверной информации причиняет вред интересам граждан и создаёт предпосылки для возможных злоупотреблений со стороны рекламодателей.

В данном случае ООО «Норд» достигло своей цели, и привлекло в свои магазины «Улыбка радуги» покупателя при этом, нарушив его права и законные интересы на получение достоверной информации.

Существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается в пренебрежительном отношении рекламодателя к исполнению обязанностей, предусмотренных формальными требованиями закона о рекламе.

Объяснения ООО «Норд» учтены при рассмотрении дела.

В ходе заседания Комиссии по рассмотрению заявления гражданина <Е...>, по поводу распространения в эфире регионального телевизионного вещания, рекламы с признаками нарушения Закона о рекламе велась аудиозапись.

Руководствуясь пунктом 2 части 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, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия

## РЕШИЛА:

1. Признать рекламу: « Во всех магазинах «Улыбка радуги» производится возврат 100% стоимости покупки», размещенную 19 июня 2013 г. в блоках региональной рекламы на телеканале «Россия 1», недостоверной и ненадлежащим, поскольку в ней нарушены требования пункта 4 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 и Закона о рекламе.
2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Мурманского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьёй 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении юридического лица - ООО «Норд».

Резолютивная часть решения была объявлена 10.09. 2013 года.

Решение изготовлено в полном объеме 20.09.2013 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса РФ.