

АО «Фаберлик»

117403, город Москва, Никопольская ул., д.4

it@ru.faberlic.com

РЕШЕНИЕ по делу № 076/05/5-441/2022

«02» августа 2022 года

г. Ярославль

Решение изготовлено в полном объеме «16» августа 2022 года

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

председатель Комиссии – заместитель руководителя Управления Шушкова А.С.,

члены Комиссии – начальник отдела контроля органов власти и рекламы Конькова Н.А., специалист-эксперт отдела контроля органов власти и рекламы Иванова Е.И.,

рассмотрев дело № 076/05/5-441/2022, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту недостоверной информации о цене товаров с участием от АО «Фаберлик» - <...>, <...> (по доверенности),

УСТАНОВИЛА:

Ярославским УФАС России рассмотрено обращение (вх. № 2549 от 17.03.2022) о несоответствии цен на сайте faberlic.com и в каталоге «Faberlic» за период с 21.02.2022 по 13.03.2022.

Дело возбуждено по признакам нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»).

Рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения АО «Фаберлик», Комиссия Ярославского УФАС пришла к следующим выводам.

Согласно пункту 1 части 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее – ФЗ «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.

АО «Фаберлик» в пояснениях (вх. № 8507/22 от 02.08.2022) указывает, что печатный каталог продается только на сайте www.faberlic.com в качестве товарной единицы, соответственно, каталог продается индивидуально-определенным покупателям, персональные данные которых хранятся в АО «Фаберлик». Следовательно, по мнению общества, каталог не является рекламой, так как он не адресован неопределенному кругу лиц, а продается как товар зарегистрированным пользователям.

Комиссия Ярославского УФАС России не согласна с данным доводом, поскольку под неопределенным кругом лиц применительно к ФЗ «О рекламе» следует понимать тех лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламной информации. Необходимо отметить, что даже если каталоги имеют свою целевую аудиторию, все равно данная информация может быть адресована неопределенному кругу лиц (письмо ФАС России от 20.06.2018 N АД/45557/18 "Об оценке неопределенного круга лиц в рекламе").

Исходя из содержания рассматриваемой информации, она адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к товарам АО «Фаберлик», формирование и поддержание интереса к данным объектам рекламирования и продвижения их на рынке, и, следовательно, эта информация является рекламной.

Согласно пункту 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара.

Исходя из содержания обращения, с 21.02.2022 по 13.03.2022 цены в журнале «Faberlic» не соответствовали ценам на сайте faberlic.com (цены на сайте были выше).

АО «Фаберлик» пояснило, что увеличение цен было вызвано обстоятельствами крайней необходимости, возникшими в результате резкого изменения геополитической обстановки (рост курса иностранной валюты, цен на сырье и т.д.). Повышение цен произошло с 05.03.2022 по 15.03.2022. Общество не имело технической возможности изменить цены в каталоге № 04/2022 в марте 2022 года, так как с 21.02.2022 каталог находился уже в обращении. АО «Фаберлик» указывает, что компания предприняла все возможные меры для заблаговременного уведомления потребителей об изменении цен (сообщения об изменении цен были размещены на сайте и в мессенджерах), в дальнейшем ситуация стабилизировалась – цены в печатном каталоге стали соответствовать ценам на сайте.

АО «Фаберлик» представило счет от АО «Полиграфический комплекс «Пушкинская площадь» № ПК3130 от 23.12.2021 на изготовление тиража полиграфической продукции: Каталог продукции Faberlic № 04/22, Договор № 020-17 от 10.02.17 (Заказ № 21-1053); платежное поручение от 07.02.2022 на оплату по счету № ПК3130 от 23.12.2021; справку о продажах каталога Faberlic № 04/22.

АО «Фаберлик» поясняет, что данная справка подтверждает, что каталог Faberlic № 04/22 (срок действия с 21 февраля по 13 марта 2022 года) был продан до 04 марта 2022 года включительно (до даты изменения цен) в объеме 99,4% от общего количества проданных каталогов. Указанный объем продаж полностью соответствует обычной статистике продаж каталогов – основные продажи каталога осуществляются до начала периода его действия. Вместе с тем, как указывает общество, покупатели и консультанты продукции Faberlic были заблаговременно проинформированы об изменении цен с помощью сайта, социальных сетей и мессенджера.

Комиссия Ярославского УФАС России определила, что информирование об изменении цен не заменяет собой приведение в соответствие цен в каталоге «Faberlic». Вместе с тем, в новостях указана общая информация об изменении цен, не указаны конкретные позиции, по которым увеличивается цена. Так, например, покупатели, которые узнают цены из каталога, вводятся в заблуждение, поскольку не обладают информацией о повышении цен, которая указана в сети Интернет.

Таким образом, Комиссия Ярославского УФАС России пришла к выводу, что рекламный каталог содержит несоответствующие действительности сведения о цене товара.

Вместе с тем, АО «Фаберлик», действуя добросовестно, владея контактной информацией покупателей и распространителей, имело возможность изъять каталог из обращения или сообщить о его недействительности.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» определено, что рекламодатель — изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Следовательно, АО «Фаберлик» как рекламодатель рассматриваемой рекламы нарушило требования пункта 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Ответственность за нарушение требований законодательства о рекламе предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 4, 37-43, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу АО «Фаберлик», распространяемую посредством каталога «Faberlic» № 04/22 (21.02-13.03) с недостоверными

сведениями о цене, поскольку в данном случае нарушены требования пункта 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Передать материалы дел уполномоченному должностному лицу Ярославского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 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.

Председатель Комиссии

А.С. Шушкова

Члены Комиссии:

Н.А. Конькова

Е.И. Иванова