ИП К.

адрес регистрации: "..."

гр. Б.

адрес регистрации: "..."

РЕШЕНИЕ

по делу **№ 04-04-02/12-19**

28 августа 2019 года г. Кызыл

Резолютивная часть решения объявлена 22 августа 2019 года

Решение изготовлено в полном объеме 28 августа 2019 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Тыва (далее - Тывинское УФАС России) по рассмотрению дела № 04-04-02/12-19 по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

"...." – руководитель Тывинского УФАС России,

Члены Комиссии:

"...." – начальник отдела антимонопольного контроля и рекламы Тывинского УФАС России;

"...." – специалист – эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы Тывинского УФАС России;

в отсутствии надлежащим образом извещенного индивидуального предпринимателя К. (почтовые уведомления идентификаторами "...." отчет о доставке телеграммы от 22.08.2019 года вх. № 3734, телефонограмма от 21.08.2019 года № 4-49т), в присутствии представителя К., действующего на основании доверенности от "..." года,

рассмотрев дело № 04-04-02/12-19, возбужденное в отношении Индивидуального предпринимателя К. (ИНН "...", ОГРНИП "..."), адрес регистрации: "...", адрес осуществления предпринимательской деятельности: "...") по признакам нарушения требований части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В адрес Тывинского УФАС России поступило заявление гражданки Б. (вх. № 1667 от 24.04.2019 года) о распространении в рекламе магазина «Классика мода» недостоверной информации, которая вводит в заблуждение потребителей.

Заявитель указала, что в рекламе магазина «Классика мода», распространявшейся по телевизионным каналам, сообщалось, что при покупке одной вещи вторая вещь в подарок. Заявителем была приобретена обувь в магазине «Классика мода» на сумму 2500 рублей, однако указанным магазином условия акции «1 купленная вещь = 1 подарок» не были выполнены, вторая вещь не была предоставлена в подарок, в связи с тем, что подарки выдаются при покупке только курток. При этом, в рекламе об этом умалчивалось, что, по мнению заявителя, ввело ее в заблуждение, и нарушает требования законодательства РФ о рекламе.

В целях установления факта распространения рекламы, указанной заявителем, сотрудником Тывинского УФАС России была осуществлена запись рекламы, транслировавшейся 25.04.2019 года на телеканале «Россия 1», в ходе которой была выявлена реклама следующего содержания:

«В этом сезоне «Классика мода» удивит огромным выбором модели верхней одежды и обуви. Все для мужчин и женщин по выгодным ценам. Только сейчас скидки до 30 процентов, сроки акции до

15.05.2019 г. Подробности у продавцов консультантов. При покупке одной вещи вторая в подарок, размеры до 64-го. «Классика мода» качественная одежда из России и Турции ТЦ «5 звезд» ул. Калинина 3/2, ТЦ «Алексеевский» ул. Чульдум, 31, ТЦ «Алма» ул. Тувинских добровольцев, 24».

В этой связи, заявителем был приобретен товар (обувь), что подтверждается чеком от 11.04.2019 года. Однако, при покупке указанного товара, заявителю было отказано в выдаче второй вещи в подарок.

В соответствии с материалами дела, Тывинским УФАС России установлено, что на основании договора от 08.04.2019 года № "..." заключенного между ИП К. и ООО «Студия «25 кадр-Кызыл» в эфире региональной рекламы на телеканалах «Первый», «Россия 1», «НТВ» была распространена реклама магазина «Классика мода» о проведении акции «при покупке одной вещи вторая в подарок».

По данному факту приказом Тывинского УФАС России от 24.06.2019 года № 180 возбуждено дело № 04-04-02/12-19 в отношении ИП К. по признакам нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно сведений представителя ИП К. (вх. № 2298 от 04.06.2019 года), акция «1+1» распространялась только на куртки коллекции «весна-осень». В рекламе было указано: «подробности у продавцов консультантов», то есть покупателям, изъявлявшим принять участие в указанной акции продавцы-консультанты магазина «Классика мода» разъясняли, что акция распространяется только на куртки коллекции «весна-осень».

22.08.2019 года на рассмотрении дела представитель ИП К. поддержал ранее изложенные доводы, с вменяемым нарушением не согласился, в связи с тем, что в рекламе указана сноска «Подробности у продавцов консультантов». Так же представитель ИП К. пояснил, что правила проведения акции «При покупке одной вещи вторая в подарок» документально ничем не утверждены.

В материалы дела заявителем дополнительно представлена детализация операций по счету карты филиала ПАО «Сбербанк России», подтверждающая оплату в магазине «Классика мода» на сумму 2 515 руб. 00 коп.

Комиссия Тывинского УФАС России, исследовав материалы дела № 04-04-02/12-19, рассмотрев письменные и устные пояснения лица,

участвующего в рассмотрении дела, приходит к следующим выводам.

Согласно статье 3 Закон о рекламе, рекламой является 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.

Под объектом рекламирования подразумевается товар, средство его индивидуализации, 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.

Указанная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – магазину «Классика мода», для формирования и поддержания интереса к нему и его продвижению на рынке в том числе путем возможности воспользоваться акциями: скидки до 30% и при покупке одной вещи вторая в подарок и в силу статьи 3 Закона о рекламе, является рекламой.

Согласно части 7 статьи 5 названного Закона не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о рекламируемом товаре, услуге приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой.

Приведенные условия рекламной акции свидетельствуют о том, что акция имеет своей целью увеличение продаж, а распространение информации об указанной акции представляет собой рекламу, направленную на активизацию основной деятельности ИП К. - розничной продажи товаров, на привлечение внимания к объекту рекламирования - товарам, реализуемым в магазине «Классика мода». Соответственно, такая реклама должна отвечать требованиям, установленным в статье 5 Закона о рекламе.

Поскольку, как следует из рассматриваемой рекламы, организатор акции обязуется подарить одну вещь лицу, купившему одну вещь в магазине «Классика мода», то спорная реклама содержит именно сведения об условиях приобретения товара, о предоставлении приобретателю рекламируемого товара дополнительных прав и преимуществ. При этом, следует отметить, что условия проведения акции рекламодателем ничем не утверждены.

Согласно пояснениям представителя ИП К. акция «при покупке одной вещи вторая вещь в подарок» предоставлялась лицам при приобретении им товаров – курток коллекции «весна-осень». На иные товары, в том числе на обувь указанная акция не распространялась. При этом данные условия не были отражены в рассматриваемой рекламе.

Довод представителя ИП К. о том, что реклама акции содержала ссылку на возможность узнать подробности у продавцов-консультантов магазина «Классика мода», Комиссией Тывинского УФАС России по рассмотрению дела № 04-04-02/12-19 отклоняется, как не соответствующий требованиям законодательства о рекламе в силу следующих обстоятельств.

Согласно пункту 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», рекламодатель 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 (кегль), 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 свою очередь, оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

В рассматриваемой рекламе указано: «…в этом сезоне «Классика мода» удивит огромным выбором модели верхней одежды и обуви.

Все для мужчин и женщин по выгодным ценам. Только сейчас скидки до 30 процентов, сроки акции до 15.05.2019 г. Подробности у продавцов консультантов. При покупке одной вещи вторая в подарок, размеры до 64-го.».

При визуальном восприятии в рассматриваемой рекламе привлекается внимание к следующим товарам магазина «Классика мода»: верхняя одежда (куртки и т.п.), обувь, сумки.

При этом, усматривается, что рекламная информация, содержащая текст: «скидки до 30 %», «2 вещь в подарок» выполнена наглядно, крупным, читаемым шрифтом, выполненным в красном цвете. В то время как, иная информация «Подробности у продавцов – консультантов», расположена в нижней части рекламы и выполнена мелким шрифтом в черном цвете.

Согласно устным пояснениям представителя ИП К. условием акции «при покупке одной вещи вторая в подарок», предполагает такое существенное условие как обязательное совершение покупки верхней одежды.

Между тем, данные условия получения подарка при приобретении верхней одежды, не размещены в рассматриваемой рекламе, в то время как они являются существенными для потребителя рекламы в случае принятия решения в приобретении определенного товара.

С учетом способа и особенностей размещения существенных условий («Подробности у продавцов – консультантов»), напечатанных мелким шрифтом и не позволяющих потребителю ознакомится с ними на момент ознакомления с рекламой, не может рассматриваться как их наличие. В данном случае происходит искажение смысла рекламы, поскольку искажается действительные условия получения второй вещи в подарок рекламируемого товара, что вводит потребителей рекламы в заблуждение.

Наличие в рекламе информации о возможности получения (уточнения) подробностей об условиях приобретения товара у продавцов - консультантов, обладающих необходимыми сведениями об условиях приобретения товара, не освобождает рекламодателя от исполнения обязанности опубликования в рекламе всех существенных условий, влияющих на выбор и решение потребителя рекламы.

При этом, текст и звуковая трансляция содержит выражение «только

сейчас при покупке одной вещи вторая вещь в подарок», в видео ряде визуально до покупателя доведены такие товары как верхняя одежда, обувь и сумки, соответственно при восприятии рекламы потребителем под **вещью,** подпадающей в акцию являются все рекламируемые товары магазина «Классика мода».

Использование привлекательного рекламного предложения о получении второй вещи в подарок, вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку продажа любой вещи, фактически не осуществляется без соблюдения иных существенных условий, но при этом, не указанных в рекламе.

Исходя из понятия рекламы, реклама предназначается для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи с чем вся информация, включая обязательные условия приобретения товара, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств. В данном случае, информация, содержащая слоган «подробности у продавцов-консультантов» не может быть получена потребителем на момент ознакомления с рекламой без применения специальных средств.

Поскольку реклама должна быть распознаваема как реклама непосредственно в момент ее представления независимо о формы и используемых средств, без специальных знаний и без применения технических средств, реклама должна быть четко, ясно доведена до потребителей и восприниматься им однозначно.

Таким образом, указанное обстоятельство («Подробности у продавцов – консультантов»), является формальным присутствием в рекламе условий проведения акции, и не может расцениваться как надлежащая рекламная информация.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о рекламируемом и предлагаемом товаре.

Кроме того, вся необходимая информация должна доводиться до потребителя непосредственно в рекламе для того, чтобы обеспечить возможность с ней ознакомиться, так как она может существенно повлиять на его выбор. В случае, если фактически условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, представлены в рекламе в виде следующего указания «Подробности

у продавцов – консультантов», такая реклама может привести к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение приобрести рекламируемые товары.

В рассматриваемом случае, в связи с отсутствием в рекламе всей существенной и необходимой информации, в связи с не указанием непосредственных условий проведения акции «при покупке одной вещи вторая вещь в подарок», Заявитель был введен в заблуждение, что свидетельствует о недобросовестности такой рекламы.

Таким образом, рассматриваемая реклама распространялась с нарушением требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе за нарушение требований частями 2-8 статьи 5 настоящего закона ответственность несет рекламодатель.

Согласно пункта 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП К., действия которой привели к нарушению требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно условиям, указанным в тексте рекламы акция распространялась до 15.05.2019 года, в связи с чем, Комиссия Тывинского УФАС России приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи ИП К. предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «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 Российской Федерации от 17.08.2006 года № 508, Комиссия Тывинского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу следующего содержания: «В этом сезоне «Классика мода» удивит огромным выбором модели верхней одежды и обуви. Все для мужчин и женщин по выгодным ценам. Только сейчас скидки до 30 процентов, сроки акции до 15.05.2019 г. Подробности у продавцов консультантов. При покупке одной вещи вторая в подарок, размеры до 64-го. «Классика мода» качественная одежда из России и Турции ТЦ «5 звезд» ул. Калинина 3/2, ТЦ «Алексеевский» ул. Чульдум, 31, ТЦ «Алма» ул. Тувинских добровольцев, 24», распространявшуюся 25.04.2019 года в эфире телеканала «Россия 1», ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».
2. В связи с добровольным устранением нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе предписание индивидуальному предпринимателю К. не выдавать.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тывинского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении виновных лиц.

Председатель Комиссии

"..."

Члены Комиссии "..."

"..."

Согласно статьи 37 Закона о рекламе решение может быть оспорено в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения.