

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 69

о наложении штрафа по делу № 4-05/83

об административном правонарушении

Управление Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 05 сентября 2013 года и материалы дела № 4-05/83 об административном правонарушении в отношении ООО «Твой Стиль» в связи с размещением ненадлежащей рекламы, в присутствии представителя ООО «Твой стиль»,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю 02.08.2013 г. отслежена реклама следующего содержания:

- крупным шрифтом:

«Твой стиль. Sensация. Натяжной потолок бесплатно! + гардина или люстра в подарок т. 200-100.

- мелким шрифтом:

Скидка 100% распространяется на любое полотно при условии заказа монтажа и приобретения сопутствующих комплектующих в компании «Твой Стиль». Монтажные работы и дополнительные материалы оплачиваются отдельно. Срок проведения акции: с 29.04.2013 по 31.07.2013., распространяемая в г. Хабаровске по адресам:

- ул. Ленина -ул. Запарина (перекресток);

- ул. Ленина (магазин «Стройка»); ул. Ленинградская (ж/д вокзал).

Исходя из всех условий рекламируемой акции, рекламодатель предлагает потребителю приобрести бесплатно полотно (а не натяжной потолок) для натяжного потолка при условии покупки всех комплектующих и оплаты монтажа.

Поскольку реклама акции направлена на формирование у потребителя желания ею воспользоваться, то существенной является информация не только привлекательная для потребителя, но и способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации об акции приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение стать участником рекламируемой акции.

В соответствии с требованиями части 7 статьи 5 ФЗ «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.

Существенная информация об условиях, при которых полотно предоставляется бесплатно, формально присутствует в рекламе.

Реклама предназначена для импульсивного восприятия информации (быстрого и четкого осознания предлагаемой информации, ее понимания, уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточение внимания).

Между тем, используемый в рекламе крупный шрифт для написания информации о возможности приобретения натяжного потолка бесплатно значительно превышает размер мелкого шрифта, которым выполнены иные существенные условия рекламируемой акции, непосредственно влияющие на решение потребителя об участии в ней, а именно: «Скидка 100% распространяется на любое полотно при условии заказа монтажа и приобретения сопутствующих комплектующих в компании «Твой Стиль». Монтажные работы и дополнительные материалы оплачиваются отдельно. Срок проведения акции: с 29.04.2013 по 31.07.2013., ».

Представленная в рекламе крупным шрифтом привлекательная для потребителя информация «Твой стиль. Сенсация. Натяжной потолок бесплатно! + гардина или люстра в подарок т. 200-100.» воспринимается и уясняется на дальнем расстоянии, в то время как остальная существенная информация об условиях акции, представленная мелким шрифтом, трудно доступна для прочтения.

Данный способ описания существенных условий акции (мелкий шрифт) в сочетании с характером и особенностями размещения рекламы (высота «ноги» рекламной конструкции от 3 м до 3,5 м) не позволяют потребителю понять и уяснить с равной степенью концентрации внимания всю совокупность изложенных в рекламе условий акции, искажает действительный смысл информации, размещенной крупным шрифтом. В связи с этим указанные мелким шрифтом существенные условия не могут считаться присутствующими в рекламе.

Отсутствие в Законе четкого указания на размер шрифта рекламных надписей, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку это противоречит положениям статьи 5 ФЗ «О рекламе» относительно добросовестности и достоверности рекламы, которая не должна вводить в заблуждение потребителя.

Использованный в рекламном тексте шрифт своим размером должен обеспечить нормальное восприятие потребителем всего содержания рекламной надписи, без дополнительно предпринимаемых усилий по разглядыванию какой-либо ее части.

Учитывая изложенное, несмотря на формальное наличие в рекламе существенной информации об условиях покупки, форма предоставления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют.

Тот факт, что существенная информация в спорной рекламе не читается, очевидно усматривается при визуальном просмотре текста рекламы.

Реклама в указанной части признается ненадлежащей.

На основании части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 7 статьи 5 настоящего Федерального закона несет рекламодаделец.

Установлено, что рекламодателем является ООО «Твой Стиль». Данный факт подтверждается договором аренды № 83 от 11.12.2012 г., заключенным между ООО «АРТ» и ООО «Твой Стиль», приложением № 1 к договору № 83 от 11.12.2012 г, приложением № 2 к договору № 83 от 01.01.2013 г (акт приема – передачи рекламных конструкций).

В процессе рассмотрения дела директор ООО «Твой стиль» согласился с выявленным нарушением, объяснив их недостаточным контролем руководства за деятельностью сотрудников, отвечающих за рекламу.

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламодателем, рекламодателем законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) влечет наложение административного штрафа.

Руководствуясь статьей 33 Федерального закона «О рекламе», частью 1 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛА:

1. Признать ООО «Твой Стиль» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3. КоАП РФ.

2. Применить к ООО «Твой Стиль» меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 100 000 (ста тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Сумма штрафа, уплаченная за нарушение законодательства о рекламе, зачисляется в бюджет:

получатель УФК по Хабаровскому краю (Хабаровское УФАС России), р/с 40101810300000010001, ГРКЦ ГУ ЦБ РФ по Хабаровскому краю г. Хабаровска, БИК

040813001, ИНН 2721023142, КПП 272101001, код 161 11626000016000140, ОКАТО 08401000000.

При отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, по истечении шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, должностное лицо, вынесшее постановление, направляет соответствующие материалы судебному приставу - исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо, вынесшее постановление, принимает решение о привлечении лица, не уплатившего административный штраф, к административной ответственности в соответствии с частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.