

ООО «Почта Сервис»

127015, г. Москва,  
ул. Вятская, д. 27, стр. 16

ООО ИД «Пресс-Курьер»

190068, г. Санкт-Петербург,  
Никольский пер., д. 5, лит. А,  
пом. 1-Н

ООО «ЭЙ-СИ-ЭЙ»

199155, г. Санкт-Петербург,  
Декабристов пер., д. 5/17, пом. 1

ЗАО «Код оф Трейд»

125147, г. Москва,  
1-я Тверская-Ямская, д. 5/2

ЗАО «ОМД Медиа Дирекшн»

125147, г. Москва,  
1-я Тверская-Ямская, д. 5/2

## **РЕШЕНИЕ**

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «10»марта 2015 года.  
В полном объеме решение изготовлено «30» марта 2015 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – И.С. Климкиной,

членов Комиссии – П.В. Олейника, Н.М. Семеновой,

рассмотрев дело № 3-5-133/77-14 возбужденное в отношении ООО «Почта Сервис» по факту размещения в газете «Загадки истории» (№ 40, 2014 год) рекламы стимулирующего мероприятия, проводимого ООО «Почта Сервис», с признаками нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившимися в распространении рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре,

в присутствии представителя ООО «Почта Сервис» в лице (...) (по доверенности),

в отсутствие представителей надлежащим образом уведомленных ООО ИД «Пресс-Курьер», ООО «ЭЙ-СИ-ЭЙ», ЗАО «Код оф Трейд», ЗАО «ОМД Медиа Дирекшн»,

#### УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-133/77-14 возбуждено в отношении ООО «Почта Сервис» на основании обращения физического лица (вх. № 38565 от 13.10.2014) по факту распространения в газете «Загадки истории» (№ 40, 2014 год) рекламы стимулирующего мероприятия, проводимого ООО «Почта Сервис».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе, выразившиеся в распространении рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителя ООО «Почта Сервис», оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ООО «Почта Сервис» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным регистрационным номером 1057749621115, ИНН 7714631212, КПП 771401001.

В газете «Загадки истории» (№ 40, 2014 год) на странице 23, распространялась следующая информация: «Акция «Счастливый номер» на 5 000 000 рублей. В 2014 году мы уж вручили более 16 000 000 рублей! Мы ждем еще одного жителя России, который угадает последнюю цифру «Счастливого номера». Все, что Вам нужно сделать — это просто позвонить нам и сообщить, какая, по-вашему, цифра нужна в этом номере. Никакой логики здесь нет! Не

попытайтесь найти закономерность! Просто позвоните нам и назовите любую цифру от 0 до 9! Мы гарантируем вручение 5 000 000 рублей уже 30 ноября 2014 года. 5 000 000 рублей получит Главный победитель, позвонивший по телефону 8-800-100-00-36 и назвавший последнюю цифру номера. Может, именно Вы станете получателем 5 000 000 рублей! Звоните! У вас всего одна попытка! 8-800-100-00-36. Звонок по России бесплатный. Код акции 03.10581.656.12.1».

Размещение данной информации сопровождается изображением билета, содержащего «счастливый номер» и дополнительными сведениями (условиями акции), изложенными мелким шрифтом и расположенными в поперек рассматриваемого макета. Данные сведения содержат, в том числе, информацию об организаторе мероприятия — ООО «Почта Сервис».

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама — 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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Газета «Загадки истории» зарегистрирована в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство ПИ № ФС77-46038), территорией распространения которого является вся территория Российской Федерации, а также зарубежные страны.

Таким образом, установлено, что газета «Загадки истории» является общедоступной для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории его распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объект рекламирования — товар, средство 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.

В настоящем случае объектом рекламирования выступает стимулирующее мероприятие, проводимое ООО «Почта Сервис».

На основании изложенного, информация о стимулирующем мероприятии,

проводимом ООО «Почта Сервис», размещенная в «Загадки истории» (№ 40, 2014 год), является рекламой.

Размещение спорной рекламы в газете «Загадки истории» (№ 40, 2014 год) осуществлялось на основании договора № ПС/14-0032 на размещение рекламно-информационных материалов от 01.03.2014, заключенного между ООО «Почта Сервис» и ЗАО «ОМД Медиа Дирекшн».

В соответствии с пунктом 1.1 договора № ПС/14-0032 на размещение рекламно-информационных материалов от 01.03.2014, ЗАО «ОМД Медиа Дирекшн» совершает от своего имени, но за счет и в интересах ООО «Почта Сервис» сделки по размещению рекламно-информационных материалов ООО «Почта Сервис» в средствах массовой информации.

Согласно приложению № 14-OMD-PSR-031 от 01.08.2014 к договору № ПС/14-0032 на размещение рекламно-информационных материалов от 01.03.2014, размещение рассматриваемой рекламы стимулирующего мероприятия осуществлялось, в том числе, в газете «Загадки истории» (№ 40, 2014 год).

Согласно пункту 2.3.1 договора № ПС/14-0032 на размещение рекламно-информационных материалов от 01.03.2014, содержание оригинал-макета спорной рекламы было определено ООО «Почта Сервис».

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара, либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

На основании представленных в материалах настоящего дела документов установлено, что ООО «Почта Сервис» осуществляет деятельность, связанную с розничной торговлей товарами дистанционным способом.

В целях поддержания интереса к своим товарам и способствованию их реализации, ООО «Почта Сервис» проводит стимулирующие мероприятия (маркетинговые акции с вручением ценных призов), информация об одном из которых была размещена в газете «Загадки истории» (№ 40, 2014 год). Данный факт подтверждается письменными пояснениями Общества и не отрицался представителем ООО «Почта Сервис» в ходе рассмотрения настоящего дела.

На основании изложенного и учитывая то обстоятельство, что размещение спорной рекламы в газете «Загадки истории» (№ 40, 2014 год) осуществлялось в интересах и по заказу ООО «Почта Сервис», Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем спорной рекламы является ООО «Почта Сервис».

Комиссией Московского УФАС России также установлено, что размещение спорной рекламы осуществлялось в газете, учредителем и издателем которой является ООО «ИД «Пресс-Курьер», что подтверждается выходными данными газеты «Загадки истории» (№ 40, 2014 год) и сведениями, содержащимися в свидетельстве о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-46038.

При этом, размещение в газете «Загадки истории» (№ 40, 2014 год) рекламы стимулирующего мероприятия, проводимого ООО «Почта Сервис», осуществлялось в рамках агентского договора № 879 от 29.12.2012, заключенного между ООО «ЭЙ-СИ-ЭЙ» и ООО «ИД «Пресс-Курьер», предметом которого является заключение ООО «ЭЙ-СИ-ЭЙ» договоров на оказание рекламных услуг, по размещению информации о продуктах рекламодателя в средствах массовой информации ООО «ИД «Пресс-Курьер».

В свою очередь ООО «ЭЙ-СИ-ЭЙ» спорный макет был предоставлен ЗАО «Код фо Трейд», действовавшим в рамках договора № РА262/2013 на размещение рекламы в печатном издании от 05.03.2013, предметом которого является опубликование и распространение ООО «ЭЙ-СИ-ЭЙ» в печатных средствах массовой информации рекламных материалов, предоставленных ЗАО «Код фо Трейд», действующим по заданию своих клиентов в интересах конкретных рекламодателей.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодатель — лицо осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение содержания объекта рекламирования до сведения потребителей.

Таким образом, принимая во внимание, что распространение рассматриваемой рекламы осуществлялось в газете, учредителем и издателем которой является ООО «ИД «Пресс-Курьер», Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем спорной рекламы является ООО «ИД «Пресс-Курьер».

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.

Данная норма права запрещает вводить потребителей в заблуждение посредством искажения смысла рекламной информации ввиду отсутствия части существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования.

Таким образом, норма части 7 статьи 5 Закона о рекламе запрещает в рекламе умалчивать информацию, которая, будучи сообщенной, изменила бы созданное рекламой представление потребителей о товаре, об условиях его приобретения или использования.

Отсутствие в рекламе какой-либо части информации о товаре (услуге), приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым товаром (услугой).

Размещенная в газете «Загадки истории» (№ 40, 2014 год) реклама стимулирующего мероприятия следующего содержания: «Акция «Счастливый

номер» на 5 000 000 рублей. В 2014 году мы уж вручили более 16 000 000 рублей! Мы ждем еще одного жителя России, который угадает последнюю цифру «Счастливого номера». Все, что Вам нужно сделать — это просто позвонить нам и сообщить, какая, по-вашему, цифра нужна в этом номере. Никакой логики здесь нет! Не пытайтесь найти закономерность! Просто позвоните нам и назовите любую цифру от 0 до 9! Мы гарантируем вручение 5 000 000 рублей уже 30 ноября 2014 года. 5 000 000 рублей получит Главный победитель, позвонивший по телефону 8-800-100-00-36 и назвавший последнюю цифру номера. Может, именно Вы станете получателем 5 000 000 рублей! Звоните! У вас всего одна попытка! 8-800-100-00-36. Звонок по России бесплатный. Код акции 03.10581.656.12.1», занимает целую страницу газеты.

При этом, вышеуказанный текст рекламы выполнен крупным, хорошо читаемым контрастным шрифтом, размещенном на ярком фоне, в результате чего внимание потребителей рекламы привлекается именно к данной части рекламы.

Вместе с тем, размещение данной информации сопровождается дополнительными сведениями, изложенными мелким, трудночитаемым шрифтом и расположенными поперек рассматриваемого макета.

Дополнительные сведения содержат следующую информацию: «Реклама \*\* ООО «Почта Сервис» (127220, Москва, ул. Нижняя Масловка, д. 8, ОГРН 1057749621114) (далее - «организатор») с целью продвижения новых товаров по каталогам проводит в срок с 01.10.2014 по 30.11.2014 маркетинговую акцию с главным призом в размере 5 000 000 рублей. Призовой фонд маркетинговой акции сформирован за счет собственных средств организатора. Указанная акция не является игрой, конкурсом, лотереей, публичным обещанием награды или иным мероприятием, основанным на риске. Настоящая акция действует только для граждан РФ старше 18 лет. Потенциальным участникам предлагается позвонить и сообщить последнюю цифру номера (от 0 до 9). Носитель данного объявления не является лотерейным билетом, договор на участие в акции не заключается. Потенциальные участники, сообщившие свои данные по телефону организатора, получают по указанному ими адресу каталог с товарным предложением организатора. При условии заказа товара по данному каталогу указанные лица становятся участниками акции и вправе в финале акции 30.12.2014 претендовать на главный приз — 5 000 000 рублей. Участие в акции регистрируется до 17.11.2014. Обладатель главного приза будет определен в финале акции неслучайным образом специальной комиссией согласно «Правилам проведения маркетинговых акций, определения призеров и вручения призов» с учетом максимальной суммы заказа, даты поступления заказа, факта поступления в полном объеме оплаты по заказу. Главный приз будет выплачен главному победителю в течение 48 часов после предоставления им согласия на получение главного приза. С подробными условиями акции (информация о правилах проведения, количестве призов, сроке, месте и порядке

их получения) можно ознакомиться на сайте [www.1000prizov.ru](http://www.1000prizov.ru) или по телефону 8-800-100-00-36 (ежедневно с 9:00 до 20:00). Направляя свои ответы или делая заказ по каталогу организатора, вы даете свое согласие оператору ООО «Почта Сервис» (127220, Москва, ул. Нижняя Масловка, д. 8, ОГРН 1057749621114) на обработку и использование ваших персональных данных, в том числе на получение рекламных материалов организатора и/или его партнеров по почте и сетям электросвязи».

Все вышеуказанные дополнительные сведения занимают не более 10% от общей площади рекламного макета и расположены отдельным блоком, визуально не ассоциирующимся с рекламным макетом.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий не позволяет потребителю рекламы воспринимать данные сведения в силу способа их изложения, а также их содержания.

Указанный вывод подтверждается, в том числе и многочисленными жалобами, поступающими в антимонопольный орган на аналогичную рекламу стимулирующих мероприятий, проводимых ООО «Почта Сервис».

Комиссия Московского УФАС России, оценивая содержание спорной рекламы, считает необходимым отметить следующее.

Основной блок спорной рекламы содержит следующую информацию: «Мы ждем еще одного жителя России, который угадает последнюю цифру «Счастливого номера». Все, что Вам нужно сделать — это просто позвонить нам и сообщить, какая, по-вашему, цифра нужна в этом номере...Просто позвоните нам и назовите любую цифру от 0 до 9! Мы гарантируем вручение 5 000 000 рублей уже 30 ноября 2014 года. 5 000 000 рублей получит Главный победитель, позвонивший по телефону 8-800-100-00-36 и назвавший последнюю цифру номера. Может, именно Вы станете получателем 5 000 000 рублей! Звоните! У вас всего одна попытка!».

Из буквального прочтения указанного текста рекламы следует, что лицо, угадавшее последнюю цифру «счастливого номера» становится «главным победителем», которому вручается приз в виде денежной суммы в размере 5 000 000 рублей.

Вместе с тем, согласно Правилам проведения маркетинговых акций, определения призеров и вручения призов, утвержденных генеральным директором ООО «Почта Сервис» (далее — Правила), стать «главным победителем» в результате совершения вышеописанных действий невозможно.

В соответствии с пунктом 3.11 Правил, «главным победителем» признается клиент, сделавший и оплативший заказы на наибольшую сумму, при условии полной оплаты заказов и неполучения в прошлом главных призов в других акциях, проводимых ООО «Почта Сервис».

В соответствии с Условиями проведения маркетинговой акции, а также положениями Правил, для того, чтобы принять участие в рекламируемом

стимулирующем мероприятии, необходимо заказать и оплатить товар из каталога ООО «Почта Сервис».

Установлено, что лицо, выполнившее указанные в рекламе действия, фактически получает только право выразить свое согласие на получение товарного каталога и набора документов информационного характера, позволяющих принять участие в акции.

Таким образом, лицо, позвонившее по указанному в рекламе телефону и назвавшее цифру от 0 до 9, фактически не совершает никаких действий, направленных на участие в стимулирующем мероприятии ООО «Почта Сервис».

Согласно пояснениям представителя ООО «Почта Сервис», данным им в ходе рассмотрения настоящего дела, элемент игры (угадывание последней цифры «счастливого номера») использован в рассматриваемой рекламе с целью привлечения наибольшего количества лиц к проводимому Обществом мероприятию и реализуемым в рамках мероприятия товарам. При этом, фактически угадывать последнюю цифру «счастливого номера» не требуется, любая цифра от 0 до 9 будет являться правильным ответом.

Между тем, наличие в рекламе следующих утверждений: «Мы ждем еще одного жителя России, который угадает последнюю цифру «Счастливого номера». Может, именно Вы станете получателем 5 000 000 рублей! Звоните! У вас всего одна попытка!», способно создать у потребителей рекламы впечатление о том, что только один человек, с первого раза угадавший последнюю цифру «счастливого номера», станет «главным победителем». Однако, как было установлено ранее, данное впечатление является ложным.

Все вышеприведенные обстоятельства позволяют сделать вывод о том, что ООО «Почта Сервис» проявило недобросовестность при определении содержания рекламы, что привело к искажению смысла рекламы и ввело в заблуждение ее потребителей.

Данный вывод подкрепляется также тем фактом, что спорный макет рекламы стимулирующего мероприятия ООО «Почта Сервис» не является единственным. Названным Обществом представлено 39 различных макетов стимулирующего мероприятия, имеющего код 03.11137.7111.12.1. Данные рекламные макеты, несмотря на один и тот же объект рекламирования (акция под кодом 03.11137.7111.12.1), содержат информацию о различных призах, получаемых по итогам ее проведения (денежные средства, автомобили разных марок, бытовая техника, электроника и пр.), а также о различных действиях, которые необходимо совершить лицу, для признания его «главным победителем»/»победителем» (например: найти 7 зашифрованных названий городов России, придумать 4 слова из 5 букв с расставленными буквами Т и Б, угадать букву в центре мишени, произвести заданные арифметические действия с номером полиса обязательного медицинского страхования и пр.).

Стоит также отметить, что приведенный в спорной рекламе термин «главный победитель» использован в значении, не соответствующем общепринятому толкованию значения данного слова.

Так, согласно толковому словарю Ушакова Д.Н., победитель — тот, кто победил. Аналогичное толкование слова победитель содержится и в толковом словаре Ожегова С.И., а именно, победитель — тот, кто победил, одержал победу.

Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», если в рекламе 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.

Принимая во внимание наличие в спорной рекламе противоречивых сведений о правилах определения «главного победителя», а также использование в рекламе терминов, установить значение которых затруднительно, либо невозможно, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что данная информация в рекламе фактически отсутствует.

Таким образом, при распространении в газете «Загадки истории» (№ 40, 2014 год) рекламы рассматриваемого стимулирующего мероприятия установлено нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО «Почта Сервис», при размещении в газете «Загадки истории» (№ 40, 2014 год) рекламы рассматриваемого стимулирующего мероприятия, установлено нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Сторонами по делу документы, свидетельствующие о прекращении распространения рекламы с нарушением части 7 статьи 5 Закона о рекламе, не представлены.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Почта Сервис», ООО ИД «Пресс-Курьер», ООО «ЭЙ-СИ-ЭЙ», ЗАО «Код оф Трейд», ЗАО «ОМД Медиа Дирекшн» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать рекламу стимулирующего мероприятия, проводимого ООО «Почта Сервис», распространенную в газете «Загадки истории» (№ 40, 2014 год) ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «Почта Сервис», ООО ИД «Пресс-Курьер», ООО «ЭЙ-СИ-ЭЙ», ЗАО «Код оф Трейд», ЗАО «ОМД Медиа Дирекшн» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 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

И.С. Климкина

Члены Комиссии

П.В. Олейник

Н.М. Семенова

Исполнитель: Н.М. Семенова, Тел: 8 (495) 784-75-05 (доб. 159)