

ООО «Почта Сервис»

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

ОАО «Редакция газеты «Вечерняя
Москва»

127015, г. Москва,
Бумажный пр-д, д. 14, стр. 2

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «08» сентября 2015 года.
В полном объеме решение изготовлено «13» октября 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. Гудковой,

членов Комиссии – Н.М. Семеновой, А.В. Дерманца,

рассмотрев дело № 3-5-138/77-15 возбужденное в отношении ООО «Почта Сервис» по факту распространения в газете «Вечерняя Москва» от 06.02.2014 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), выразившегося в распространении рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре,

в присутствии:

- представителя ООО «Почта Сервис» (по доверенности № 41/0515 от 06.05.2015),
- представителей ОАО «Редакция газеты «Вечерняя Москва» (по доверенностям б/н от 07.09.2015),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-138/77-15 возбуждено в отношении ООО «Почта Сервис» на основании обращения физического лица (вх. № 17543 от 25.05.2015) по факту распространения в газете «Вечерняя Москва» от 06.02.2014 рекламы стимулирующего мероприятия, проводимого ООО «Почта Сервис».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося 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 «Вечерняя Москва» от 06.02.2014 распространялась следующая информация: «Акция «Счастливый билет» на 1 500 000 рублей. Мы ждем еще 1 жителя России, который угадает последнюю цифру «Счастливого билета». Внимательно посмотрите на билет. Все, что Вам нужно сделать — это просто позвонить нам и сообщить, какая, по-вашему, последняя цифра в номере этого билета. Никакой логики здесь нет! Не пытайтесь найти закономерность! Просто позвоните нам и назовите последнюю цифру от 0 до 9! Мы гарантируем выплату 1 500 000 рублей уже 31 марта 2014 года. 1 500 000 рублей получит Главный победитель, позвонивший по телефону и назвавший последнюю цифру номера «Счастливого билета». Может, именно Вы станете получателем 1 500 000 рублей!...».

Размещение данной информации сопровождается изображением «Счастливого билета» с номером, в котором последняя цифра заменена знаком «?», и дополнительными сведениями (условиями акции), изложенными мелким шрифтом и расположенными на левой стороне поперек рассматриваемого макета. Данные сведения содержат, в том числе, информацию об организаторе мероприятия — ООО «Почта Сервис».

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона 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.

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 неком лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Газета «Вечерняя Москва» зарегистрирована в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство ПИ № ФС77-55713), территорией распространения которого является вся территория Российской Федерации и зарубежные страны.

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

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является 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 газете «Вечерняя Москва» от 06.02.2014, является рекламой.

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 «Вечерняя Москва» от 06.02.2015. 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 «Вечерняя Москва» от 06.02.2015 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 ОАО «Редакция газеты «Вечерняя Москва», что подтверждается выпиской из базы Роскомнадзора.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является 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.

На основании изложенного и принимая во внимание вышеизложенные обстоятельства распространения рассматриваемой рекламы, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем спорной рекламы является ОАО «Редакция газеты «Вечерняя Москва».

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 «Вечерняя Москва от 06.02.2014 реклама стимулирующего мероприятия следующего содержания: «Акция «Счастливый билет» на 1 500 000 рублей. Мы ждем еще 1 жителя России, который угадает последнюю цифру «Счастливого билета». Внимательно посмотрите на билет. Все, что Вам нужно сделать — это просто позвонить нам и сообщить, какая, по-вашему, последняя цифра в номере этого билета. Никакой логики здесь нет! Не пытайтесь найти закономерность! Просто позвоните нам и назовите последнюю цифру от 0 до 9! Мы гарантируем выплату 1 500 000 рублей уже 31 марта 2014 года. 1 500 000 рублей получит Главный победитель, позвонивший по телефону и назвавший последнюю цифру номера «Счастливого билета». Может, именно Вы станете получателем 1 500 000 рублей!...», занимает половину страницы газеты (полосы).

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 сбоку, поперек рассматриваемого макета.

Дополнительные сведения содержат следующую информацию:

«** ООО «Почта Сервис» (127220, Москва, ул. Нижняя Масловка, д. 8, ОГРН 1057749621115) (далее - «организатор») с целью продвижения новых товаров по каталогам проводит в срок с 01.12.13 по 31.01.14 (продлена до 31.03.14) маркетинговую акцию с главным призом в размере 1 500 000 рублей. 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 акции предлагается сообщить последнюю цифру номера «Счастливого билета». 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 31.03.2014 претендовать на главный приз — 1 500 000 рублей. Участие в акции регистрируется до 15.03.14. 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 победителю в течении 48 часов после предоставления им согласия на получение главного приза. С подробными условиями акции (информацией о правилах, количестве призов, сроке, месте и порядке их получения) можно ознакомиться на сайте 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 1057749621115) 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 незначительную часть 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, 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: «Акция «Счастливый билет» на 1 500 000 рублей. Мы ждем еще 1 жителя России, который угадает последнюю цифру «Счастливого билета». Внимательно посмотрите на билет. Все, что Вам нужно сделать — это просто позвонить нам и сообщить, какая, по-вашему, последняя цифра в номере этого билета. Никакой логики здесь нет! Не пытайтесь найти

закономерность! Просто позвоните нам и назовите последнюю цифру от 0 до 9! Мы гарантируем выплату 1 500 000 рублей уже 31 марта 2014 года. 1 500 000 рублей получит Главный победитель, позвонивший по телефону и назвавший последнюю цифру номера «Счастливого билета». Может, именно Вы станете получателем 1 500 000 рублей!...».

Из буквального прочтения указанного текста рекламы следует, что лицо, позвонившее по указанному в рекламе телефону и верно назвавшее последнюю цифру «Счастливого билета», становится победителем и получает 1 500 000 рублей.

Вместе с тем, согласно Правилам проведения маркетинговых акций, определения призеров и вручения призов, утвержденных генеральным директором ООО «Почта Сервис» (далее — Правила), стать обладателем главного приза 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. Для участия в стимулирующем мероприятии ООО «Почта Сервис» не требуется выполнение каких-либо арифметических действий.

Таким образом, лицо, выполнившее указанные в рекламе условия, фактически не совершает никаких действий, направленных на участие в стимулирующем мероприятии ООО «Почта Сервис».

Между тем, наличие в рекламе следующих утверждений: «Все, что вам нужно сделать — это просто позвонить нам и сообщить, какая, по-вашему, последняя цифра в номере этого билета. Никакой логики здесь нет! Не пытайтесь найти закономерность! Просто позвоните нам и назовите последнюю цифру от 0 до 9! Мы гарантируем выплату 1 500 000 рублей уже 31 марта 2014 года. 1 500 000 рублей получит Главный победитель, позвонивший по телефону и назвавший последнюю цифру номера «Счастливого билета», способно создать у потребителей рекламы впечатление о том, что при совершении звонка на указанный в рекламе номер и сообщении верно выбранного из диапазона от 0 до 9 числа, выплата денежного приза в размере 1 500 000 рублей гарантирована. Однако как было установлено ранее, данное впечатление является ложным.

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 — это тот, кто победил. Аналогичное толкование слова победитель содержится и в толковом словаре Ожегова С.И., а именно, победитель — это тот, кто победил, одержал победу.

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.

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 обладателя денежного приза в размере 1 500 000 рублей, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что данная информация в рекламе фактически отсутствует.

Таким образом, при распространении в газете «Вечерняя Москва» от 06.02.2014 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 «Вечерняя Москва» от 06.02.2014 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», ОАО «Редакция газеты «Вечерняя Москва» предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона 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 «Вечерняя Москва» от 06.02.2014, ненадлежащей поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «Почта Сервис», ОАО «Редакция газеты «Вечерняя Москва» 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. Гудкова

Члены Комиссии

Н.М. Семенова

А.В. Дерманец