

ИГ/45831/17 от 08.09.2017

ООО «Медиа-Маркт-Сатурн»

ул. Новодмитровская, д. 5а, стр. 8,  
г. Москва, 127015

1-й Нагатинский пр-д,  
д. 10, стр. 1, пом. LI-LIV  
г. Москва, 115230

[help@mediamarktsupport.ru](mailto:help@mediamarktsupport.ru)

**РЕШЕНИЕ**  
**по делу № 3-5-283/77-16**

«20» декабря 2016 г.

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Комиссия Московского УФАС России, Комиссии) в составе:

председателя Комиссии – <...>,

членов Комиссии – <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3-5-283/77-16 в отношении ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» по факту распространения 25.08.2016 на электронную почту заявителя рекламы акции интернет-магазина Media Markt «Отличный сюрприз для хорошего человека!» с признаками нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, когда при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы, в присутствии представителей ООО «Медиа-Маркт-Сатурн»,

## УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-283/77-17 возбуждено Московским УФАС России на основании заявления физического лица относительно распространения на его электронную почту рекламы акции интернет-магазина Media Markt «Отличный сюрприз для хорошего человека!».

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

ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» (адрес: 115230, г. Москва, 1-й Нагатинский пр-д, д. 10, стр. 1, пом. LI-LIV) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 22.11.2002 за основным государственным регистрационным номером 1057747537430, ИНН 7743564761, КПП 772401001.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона 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 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 на некое лицо или лица, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Реклама была распространена посредством электронного письма на адрес заявителя, что подтверждается скриншотом рассматриваемого электронного письма, представленным заявителем, и ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» не отрицается.

Информация, передаваемая посредством использования сетей электросвязи, является индивидуализированной по способу распространения, так как направляется определенным адресатам.

В силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный адрес электронной почты лица, предполагается и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер поступившего заявителю телефонного звонка.

Кроме того, под неопределенным кругом лиц применительно к Закону о рекламе следует понимать тех лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламной информации.

При этом, исходя из буквального толкования упомянутой нормы права, следует, что квалифицирующим признаком информации как рекламной является именно ее адресованность неопределенному кругу лиц, но не факт

непосредственного доведения названной информации до ее получателей.

В этой связи при разрешении вопроса относительно рекламного характера той или иной информации необходимо исходить, в том числе, из наличия либо отсутствия в тексте такой информации указания на ее конкретного получателя.

Отсутствие в тексте информации какого-либо указания на средства индивидуализации, позволяющие идентифицировать ее получателя, позволяет говорить о том, что названная информация адресована неопределенному кругу лиц, вне зависимости от того, каким количеством лиц она была получена.

В тексте рекламы отсутствуют персональные данные лица, на восприятие которого направлена распространенная информация. Реклама не содержит в себе указания на конкретного адресата, в связи с чем реклама не имеет ограничений по распространению исходя из ее содержания.

Необходимо отметить, что спорная информация не является персональным предложением, а соотносится с понятиями «публичной оферты» и «публичного договора розничной купли-продажи», что соотносится и со статусом магазина Перекресток как розничной торговой сети.

Закон о рекламе устанавливает определенные требования к рекламе именно как к информации, к ее содержанию, местам и способам распространения, но не регулирует порядок передачи такой информации между хозяйствующими субъектами или иными лицами при ее распространении.

Между тем, персонализация в виде направления рекламы на конкретный список электронный адресов (с возможным присоединением к шаблону рекламы в автоматическом режиме какой-либо дополнительной информации, например промокода на скидку), а равно более широкое толкование понятия рекламы, прямо следует в рассматриваемом случае из диспозиции части 1 статьи 18 Закона о рекламе и подтверждается судебной и административной практикой в контексте применения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Данная реклама не имеет ограничений по распространению исходя из ее содержания, а ее адресность предполагается (по аналогии с тем, как предполагается адресность рекламы в журналах, распространяемых исключительно среди подписчиков печатного СМИ, распространяемого только по подписке). Фактическое же «создание» определенной группы лиц рекламораспространителем (только владельцы карт, только жители юго-западного округа, только мужчины и т. п.) не соотносится с определениями и понятиями, закрепленными в законодательстве о рекламе.

Более того, ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» пояснено, что подобная рассылка осуществляется в автоматическом режиме, если потребитель выбрал в Интернет-каталоге MediaMarkt товар и «положил его к корзине», а затем покинул сайт. В случае, если в наличии имеются промокоды, один из них автоматически прикрепляется к электронному письму.

Отсутствие персонализации также подтверждается тем, что воспользоваться промокодом может любое лицо, которому такой промокод известен, и на любой товар из Интернет-магазина MediaMarkt (кроме товаров, промокод на которые не действует, согласно условиям акции), а не только лицо,

получившее рассматриваемое электронное письмо и исключительно на товар, находящийся в данный момент в «корзине» (указанный в письме).

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является товар, средства 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 соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из содержания рассматриваемого электронного письма объектом рекламирования в данном случае выступает магазин MediaMarkt как продавец товара, а также реализуемый им товар.

Спорное e-mail-сообщение содержало следующие сведения: *«Отличный сюрприз для хорошего человека! Добрый день! У вас все еще несколько дней, чтобы вернуться в корзину и завершить желаемые для вас покупки. А чтобы все прошло легко и без проблем, мы подготовили для вас сюрприз — скидку 1000 рублей.*

*Чтобы воспользоваться скидкой, активируйте ваш промокод в корзине.*

*\* Код действует на любой заказ от 10000 рублей до 01 сентября 2016 г.*

*ТОВАР В ВАШЕЙ КОРЗИНЕ: Артикул: 1322149 TAB2 X30L(A10-30) 16Gb Wi0Fi+LTE White Планшет; Количество: 1; Цена: 12999.-;*

*Итого с учетом скидки по промокоду: 11999».*

Таким образом Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что в настоящем случае привлекалось внимание к товару, реализуемому в Интернет-магазине MediaMarkt посредством предложения воспользоваться промокодом и получить скидку на желаемый товар.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания потребителя, в том числе посредством возможности приобрести товар со скидкой.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация распространялась неопределенному кругу лиц, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (магазину MediaMarkt и реализуемому им товару), а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе. Данный вывод лицами, участвующими в деле, не оспаривается.

Согласно части 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.

Согласно пункту 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», если 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.

При решении вопроса о надлежащем доведении до сведения потребителей рекламы информации, обязательной к размещению в силу требований Закона о рекламе, в каждом конкретном случае необходимо учитывать в том числе: способ размещения рекламы; шрифт, его кегль и начертание; соотношение цвета фона, на котором размещена такая информация, с цветовым начертанием букв; иные обстоятельства размещения рекламы.

Спорная реклама содержала в себе следующие сведения: *«Отличный сюрприз для хорошего человека! Добрый день! У вас все еще несколько дней, чтобы вернуться в корзину и завершить желаемые для вас покупки. А чтобы все прошло легко и без проблем, мы подготовили для вас сюрприз — скидку 1000 рублей.*

*Чтобы воспользоваться скидкой, активируйте ваш промокод в корзине.*

*\* Код действует на любой заказ от 10000 рублей до 01 сентября 2016 г.*

*ТОВАР В ВАШЕЙ КОРЗИНЕ: Артикул: 1322149 TAB2 X30L(A10-30) 16Gb Wi0Fi+LTE White Планшет; Количество: 1; Цена: 12999.-;*

*Итого с учетом скидки по промокоду: 11999».*

Между тем, после перехода адресатом по ссылке в письме и попытке воспользоваться промокодом из данного письма, было сообщено, что на товар из корзины не распространяется скидка, так как он не соответствует условиям действия промо-кода или участвует в других акциях. Также были сообщены иные условия использования промокода:

*«Скидка 1000 р. на ваш заказ!*

1. *Купон действует на заказы от 10000 рублей.*

2. *Купон не распространяется на товары, участвующие в других акциях, и на товары брендов Apple.*

*Если в корзине несколько товаров, скидку по Купону можно получить только на товары, не относящиеся к бренду Apple и не участвующие в других акциях...».*

Из представленного изображения, представленного заявителем электронного письма, установлено, что информации о том, что купон не распространяется на товары, участвующие в других акциях, в данном письме не содержалось. Также в письме отсутствовала какая либо ссылка на условия акции, где можно было бы получить сведения о таком условии акции либо указание определенного места размещения правил акции.

Кроме того сам по себе факт указания в рекламе цены товара с учетом промокода создает впечатление о распространении данного промокода на выбранный потребителем товар даже при том, если ему известно об условии не действия такого промокода на определенную группу товаров.

ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» распространяя привлекательную для потребителя информацию о возможности получить скидку на товар в

отсутствие важной для потребителя информации об ограничениях действия промокода.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу об отсутствии в рассматриваемой рекламе части существенной информации об объекте рекламирования, что повлекло за собой искажение смысла информации и были введены в заблуждение потребители рекламы.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России установлен факт нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе, при распространении 25.08.2016 на электронную почту заявителя рекламы акции интернет-магазина Media Markt «Отличный сюрприз для хорошего человека!».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама акции интернет-магазина Media Markt «Отличный сюрприз для хорошего человека!», содержащая нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

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

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

В рамках дела установлено, что лицом, определившим объект рекламирования, является ООО «Медиа-Маркт-Сатурн», что Обществом не оспаривается.

Таким образом, ответственность за нарушение в рассматриваемой рекламе части 7 статьи 5 Закона о рекламе несет ООО «Медиа-Маркт-Сатурн».

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.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на

основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона 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 Московского УФАС России

#### РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» нарушившим требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе при распространении 25.08.2016 на электронную почту заявителя рекламы акции интернет-магазина Media Markt «Отличный сюрприз для хорошего человека!», в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, что повлекло за собой искажение смысла информации и были введены в заблуждение потребители рекламы.

2. Выдать ООО «Медиа-Маркт-Сатурн» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд г. Москвы в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.