

ООО «Почта сервис»

Масловка Н. ул., д. 8, эт. 1, ком. 40,
г. Москва, 127220

РЕШЕНИЕ
по делу № 077/05/5-17953/2019

«26» февраля 2020 года

г. Москва

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 – <...>,

членов Комиссии – <...>,

рассмотрев дело № 077/05/5-17953/2019, возбужденное в отношении ООО «Почта Сервис» (ОГРН 1057749621115, ИНН 7714631212) по факту распространения в выпуске журнала «Российская газета» от 19.07.2018 № 156 (7619) рекламной акции «Мы вручим по 20 000 рублей» (код акции: <...>), с нарушением части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 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, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы,

в присутствии представителя ООО «Почта Сервис» в лице Кочубеевой



М.Н. (на основании доверенности <...>),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/5-17953/2019 возбуждено в отношении ООО «Почта Сервис» на основании заявления физического лица и материалов по факту распространения в выпуске журнала «Российская газета» от 19.07.2018 № 156 (7619) рекламной акции «Мы вручим по 20 000 рублей» (код акции: 03.10273.1372.12.2).

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителя, 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 02.04.2008 за основным государственным регистрационным номером 1057749621115, ИНН 7714631212, КПП 771401001.

Рассматриваемая реклама, проводимая ООО «Почта Сервис», была распространена в выпуске журнала «Российская газета» от 19.07.2018 № 156 (7619).

Данная реклама имеет следующее содержание:

«Мы вручим по 20 000 рублей 7 счастливчикам.

Все очень просто — позвоните нам и сообщите название 5 стран мира.

Кто станет одним из 7 призеров и получит 20 000 рублей?

31.08.2018

Вы видите 5 стран мира, названия которых зашифрованы по горизонтали и вертикали?

Сообщите их названия по телефону и зарегистрируйте свое участие.

Стать призером легко!

Позвоните по бесплатному телефону ПРЯМО СЕЙЧАС! <...>».

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 расположенным сбоку от основной части рекламного макета.

Дополнительные сведения содержат следующую информацию: «* ООО «Почта Сервис» (127220, Москва, ул. Нижняя Масловка, д. 8, ОГРН 1057749621115) (далее — «Организатор») проводит в срок с 01.06.2018 по 31.08.2018 маркетинговую акцию с вручением приза 7 (семи) призов по 20

000 рублей. Участие в акции регистрируется до 26.08.2018. 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, постоянно проживающих на территории РФ. Носитель данного объявления не является лотерейным билетом, договор на участие в акции не заключается. Потенциальным участникам предлагается зарегистрироваться в качестве клиента Организатора путем сообщения своих данных по телефону, указанному в рекламном объявлении. Клиенты, сообщившие свои данные и получившие номер клиента, претендуют на денежные призы в финале акции. 7 (семь) получателей призов маркетинговой акции (призеры) будут определены в финале акции неслучайным образом специальной комиссией из трех финалистов, выбранных из списка зарегистрированных участников, сформированного в порядке возрастания клиентских номеров, в следующем порядке: финалист = $k \cdot n / 7$, где k – число от 1 до 7, n – количество уникальных номеров в списке зарегистрировавшихся. При этом $n/7$ округляется в сторону уменьшения до целого числа. Денежные призы маркетинговой акции перечисляются их единственным обладателям единовременным платежом в срок, не превышающий 10 дней с даты получения актуальных банковских реквизитов, за вычетом предусмотренных действующим законодательством налогов. Подробную информацию об Организаторе акции, правилах ее проведения, количестве призов по результатам акции, сроках, месте и порядке их вручения можно получить по телефону <...> (ежедневно с 9:00 до 20:00) или сайт www.nadom-info.ru. Сообщая Организатору свои ответы и персональные данные, вы регистрируете участие в акции, а также 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 и иных информационных материалов Организатора и/или его партнеров по почте и сетям электросвязи».

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.

В соответствии с пунктом 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее — Постановление) размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно

рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Таким образом, для признания спорной информации рекламой такая информация должна отвечать определенным признакам, а именно: быть распространенной; адресованной неопределенному кругу лиц; направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему; направленной на продвижение объекта рекламирования на рынке.

Общероссийская газета «Российская газета» зарегистрирована в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство № 302 от 28.09.1993), территорией распространения которой является вся территория Российской Федерации, территория СНГ и зарубежные страны.

Таким образом, установлено, что газета, в которой распространялась спорная реклама, является общедоступной для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

Резюмируя изложенное, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рассматриваемая реклама «Мы вручим по 20 000 рублей» (код акции: <...>)» была распространена и адресована неопределенному кругу лиц-потребителей рекламы.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования являются 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.

Исходя из комплексного изучения макета рекламы, распространяемой в печатном издании, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что объектом рекламирования в настоящем случае является маркетинговая акция, проводимая ООО «Почта Сервис».

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация распространялась неопределенному кругу лиц, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (ООО «Почта Сервис» и проводимым Обществом маркетинговым акциям), а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Таким образом, рассматриваемая реклама должна соответствовать требованиям Закона о рекламе.

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 или доводить ненадлежащим образом информацию, которая, будучи однозначно 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).

В соответствии с пунктом 28 Постановления, 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 (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.

В настоящем случае основной рекламный макет является ярким, привлекающим к себе внимание, текст в нем выполнен крупным, хорошо читаемым контрастным шрифтом, размещенном на ярком фоне, в результате чего внимание потребителей рекламы привлекается именно к данной части рекламы.

Из буквального прочтения указанного текста рекламы следует, что первые семь человек, которые решат сканворд и позвонят по указанному в рекламе телефону, станут получателями денежного приза.

Размещение данной информации сопровождается дополнительными сведениями (условиями акции), изложенными мелким шрифтом и расположенными сбоку от основного макета. Данные сведения содержат информацию, в том числе, об организаторе мероприятия — ООО «Почта Сервис».

Условия маркетинговой акции, рекламируемой в печатном издании, полный текст которой приведен выше, содержит в себе информацию о том, что для участия в акции потенциальному участнику необходимо решить сканворд, позвонить по указанному в рекламе телефону и зарегистрироваться путем сообщения своих данных.

Кроме того, использование в рекламе таких фраз как «*стать призером легко*», «*позвоните прямо сейчас*» производит на лиц-потребителей рекламы впечатление о том, что для получения приза, кроме указанных в рекламе вычислений и звонка для сообщения результата вычислений, совершения дополнительных действий не требуется.

Между тем, получить приз, ограничившись вышеуказанными действиями, невозможно. Согласно условиям акции, таким образом происходит лишь регистрация участников для дальнейшего розыгрыша призов.

Все вышеуказанные дополнительные сведения занимают незначительную часть рекламного макета и расположены отдельным блоком, визуально не ассоциирующимся с рекламным макетом.

Подобные способ и форма изложения информации в рекламе приводят к созданию у лиц-потребителей рекламы ложного представления о характере акции, необходимых действиях для участия в данной акции, об условиях получения призов.

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 многочисленными жалобами, поступающими в антимонопольный орган на аналогичную рекламу стимулирующих мероприятий, проводимых ООО «Почта Сервис».

Таким образом, лицо, выполнившее указанные в рекламе условия, фактически не совершает никаких действий, направленных именно на получение приза, а лишь получает регистрационный номер участника и потенциальную возможность стать одним из победителей.

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.

Принимая во внимание наличие в спорной рекламе противоречивых сведений о правилах определения обладателей призов, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что данная информация в рекламе фактически отсутствует.

Таким образом, при распространении в выпуске журнала «Российская газета» от 19.07.2018 № 156 (7619) рекламной акции «Мы вручим по 20 000 рублей» (код акции: <...>), установлено нарушение части 7 статьи 5 Закона о

рекламе.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что действия ООО «Почта Сервис» по распространению такой рекламы недобросовестны и направлены на введение в заблуждение неопределенного круга лиц-потребителей рекламы.

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.

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

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 маркетинговые акции, информация о которых была распространена в журнале «Российская газета» от 19.07.2018 № 156 (7619) путем размещения рекламы «Мы вручим по 20 000 рублей» (код акции: <...>).

На основании изложенного и учитывая то обстоятельство, что распространение спорной рекламы в журнале «Российская газета» от 19.07.2018 № 156 (7619) путем размещения рекламы «Мы вручим по 20 000 рублей» (код акции: <...>) 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». Данный факт также подтверждается самим Обществом.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России, в действиях ООО «Почта Сервис» при размещении в журнале «Российская газета» от 19.07.2018 № 156 (7619) рекламы «Мы вручим по 20 000 рублей» (код акции: <...>) установлено нарушение части 7 статьи 5 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 «Почта Сервис» (ОГРН 1057749621115, ИНН 7714631212) нарушившим требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе

при распространении в выпуске журнала «Российская газета» от 19.07.2018 № 156 (7619) рекламной акции «Мы вручим по 20 000 рублей» (код акции: <...>), 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.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>