

## РЕШЕНИЕ

26 марта 2014 года г. Челябинск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Л.Н. Галичина – заместитель руководителя - начальник отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;

члены Комиссии: Н.В. Соболев – ведущий специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

А.П. Пивоварова – главный государственный инспектор отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

рассмотрев дело № 19-2014 по признакам нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе») по факту распространения рекламы «Самый большой приз 2013 года автомобиль BMW X3 стоимостью 2 000 000 рублей до сих пор не вручен!» в газете «Итоги + ТВ» (г. Челябинск) от 6 апреля 2013 года,

в отсутствие ООО «Группа компаний ТЕРРАЛАЙФ», ООО «Русбьюти», надлежащим образом извещенных о времени и месте рассмотрения дела и не заявивших ходатайства о рассмотрении дела в отсутствие их представителей,

### УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области из Региональной общественной приемной Председателя Партии «Единая Россия» поступило заявление <...>. о ненадлежащей публикации «Самый большой приз 2013 года автомобиль BMW X3 стоимостью 2 000 000 рублей до сих пор не вручен!», которая размещена в газете «Итоги + ТВ».

Из заявления следует, что условием получения приза являлось совпадение числа 113 с паспортными данными физического лица в результате их математического сложения. номер <...> совпал с его паспортными данными, и он позвонил по указанному в рекламе телефону. По телефону ему объяснили, что, для того чтобы претендовать на получение приза, необходимо сделать заказ из каталога. После телефонного звонка ему также прислали письмо по почте, где были указаны эти же требования. Заявитель сделал заказ товара из каталога «Товары со всего света» и оплатил его. От дирекции каталога он получил письменное подтверждение, что выиграл деньги. Однако денежный приз он так и не получил. Вместе с тем, заявителю по почте постоянно стали приходить письма, в которых содержалось

предложение купить товары из каталога. Таким образом, по мнению заявителя, обещая выигрыш крупной суммы денег, его принуждали приобретать товары. Заявитель считает данную акцию обманом.

По сведениям редакции газеты «Итоги + ТВ» ООО «Контент-Логистик» на запрос Челябинского УФАС России, договор на размещение рекламы заключило ООО «Группа компаний ТЕРРАЛАЙФ».

Челябинским УФАС России возбуждено дело в отношении ООО «Группа компаний ТЕРРАЛАЙФ» по признакам нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку сведения о вручении владельцу числа 113 автомобиля BMW X3 или денежных средств в сумме 2 000 000 рублей не соответствуют действительности, так как потребитель выполнил все указанные в опубликованной информации о призах условия, но приз не получил.

ООО «Группа компаний ТЕРРАЛАЙФ» в своих объяснениях указало, что является рекламным агентом по договору с ООО «Русбьюти», рекламный макет представлен ООО «Русбьюти».

ООО «Русбьюти» были представлены письменные объяснения, суть которых сводится к следующему.

В рамках договора с ООО «Группа компаний ТЕРРАЛАЙФ» ООО «Русбьюти» разместило в газете «Итоги+ТВ» рекламу стимулирующего мероприятия «Самый большой приз автомобиль BMW X3 стоимостью 2 000 000 рублей до сих пор не вручен!», которое проводилось с 10 апреля 2013 года по 28 июня 2013 года с последующим переносом финала на 17 октября 2013 года. Стимулирующее мероприятие проводилось в соответствии с утвержденными Правилами. Заявитель позвонил по указанному в рекламе телефону и сообщил свои данные для получения в дальнейшем товарного каталога. Затем заявитель заказал 2 товара, оплатив при этом 07 мая 2013 года 1248 рублей и 30 мая 2013 года 948 рублей. Сумма заказа заявителя была намного меньше, чем суммы заказов избранных владельцев денежных призов, поэтому заявитель не был избран владельцем призов акции. На основании решения специальной комиссии владельцами денежных призов избраны 4 физических лица.

ООО «Русбьюти» считает, что не нарушало рекламное законодательство. В подтверждение ссылается на результаты внеплановой документальной проверки, проведенной Управлением Федеральной антимонопольной службы по Удмуртской Республике в отношении ООО «Группа компаний ТЕРРАЛАЙФ» по факту размещения этой же рекламы в газете «Успех Каждому», в ходе которой признаки нарушения рекламного законодательства при размещении рекламы не установлены.

Рассмотрев заявление и материалы, Комиссия пришла к следующим выводам.

На странице 4 газеты «Итоги + ТВ» (г. Челябинск) от 6 апреля 2013 года размещена следующая информация: «Вручение призов продолжается! Самый большой приз 2013 года автомобиль BMW X3 2 000 000 рублей до сих пор не вручен! Именно Вы можете стать хозяином нового автомобиля BMW X3! 2 суперприза уже вручены! Прямо сейчас проверьте, принадлежит ли Вам выигрышный номер <...> : Возьмите две последние цифры года, в котором Вы родились. Теперь добавьте Ваш возраст, достигнутый в 2013 году. Если в результате получилось 113-поздравляем! Скорее

звоните! Позвоните по телефону и станьте хозяином автомобиля BMW X3 или 2 000 000 рублей на Ваш выбор! 8 (800)333-54-64 Звонок бесплатный с мобильного и городского телефона».

Внизу газетной полосы размещена информация об организаторе данного стимулирующего мероприятия ООО «Русбьюти» и условиях получения приза.

При этом расположение всей информации на газетной полосе свидетельствует о том, что наибольшее внимание читателей газеты направлено на привлекательную информацию: «Самый большой приз 2013 года автомобиль BMW X3 стоимостью 2000000 рублей до сих пор не вручен! ...Именно Вы можете стать хозяином нового автомобиля BMW X3!..», поскольку данные сведения выполнены крупным размером шрифта и занимают 1/3 часть площади рекламной публикации. А условия, которые необходимо обязательно выполнить для получения приза, то есть непривлекательная для читателей информация, указаны очень мелким шрифтом в конце рекламной публикации, что приравнивается к их отсутствию.

Это приводит к тому, что читатели, увидев привлекательную информацию и не видя иной информации, в частности, о необходимости неоднократно выполнить ряд определенных действий по заказу товара из каталога, вводятся в заблуждение, поскольку могут полагать, что каждый потребитель, у кого в результате математического сложения получилось число 113 получит автомобиль BMW X3.

Вместе с тем, согласно условиям проведения маркетинговой акции, акция состоит из нескольких этапов. На первом этапе предлагается путем расчета узнать выигрышный номер <...>. Клиент объявляется победителем, если в результате расчета получился выигрышный номер <...>. Статус победителя предоставляет клиенту возможность позвонить по указанному номеру телефона и выразить свое согласие на получение товарного каталога и набора документов информационного характера для дальнейшего участия в акции. На втором этапе клиенты, сделавшие и оплатившие заказ из полученного товарного каталога, становятся зарегистрированными участниками акции и при выполнении всех необходимых условий в финале акции могут претендовать на получение главного приза 1 800 000 рублей и дополнительных премий в размере 200 000 рублей и 400 000 рублей. Владелец главного приза и владелец дополнительных премий будут определены не случайным образом, а специальной комиссией с учетом суммы заказа (максимальной), даты поступления заказа, факта поступления в полном объеме оплаты по данному заказу (в соответствии с данными об оплате, поступившими от кредитной организации). Регистрация на участие в маркетинговой акции завершается за два дня до финала акции (по почтовому штемпелю).

Следовательно, в рекламе стимулирующего мероприятия «Самый большой приз 2013 года автомобиль BMW X3 2 000 000 рублей до сих пор не вручен!» отсутствует существенная информация обо всех условиях, которые необходимо обязательно выполнить для получения приза.

Согласно части 7 статьи 5 Федерального 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.

С учетом изложенного реклама стимулирующего мероприятия «Самый большой приз 2013 года автомобиль BMW X3 2 000 000 рублей до сих пор не вручен!...» нарушает часть 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Комиссия пришла к выводу о перекалфикации нарушения с пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» на часть 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе».

Доводы ООО «Русбьюти» о том, что в этой же рекламе, размещенной в другой газете «Успех Каждому», антимонопольный орган не усмотрел нарушения рекламного законодательства, Комиссией не принимаются, поскольку в газете «Успех Каждому» непривлекательная для потребителей информация об условиях получения приза могла быть выполнена крупным размером шрифта в отличии от публикации в газете «Итоги + ТВ».

Частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» предусмотрена ответственность рекламодателя за нарушение требований части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем указанной рекламы является ООО «Русбьюти» как лицо, определившее объект рекламирования и содержание рекламы.

Руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу стимулирующего мероприятия «Самый большой приз 2013 года автомобиль BMW X3 стоимостью 2 000 000 рублей до сих пор не вручен!...», размещенную в газете «Итоги + ТВ» (г. Челябинск) от 6 апреля 2013 года, в которой отсутствует существенная информация обо всех условиях, которые необходимо выполнить для получения приза, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Русбьюти» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях не передавать, поскольку реклама размещалась в газете «Итоги + ТВ» (г. Челябинск) от 6 апреля 2013 года один раз и установленный Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях срок давности для привлечения к административной ответственности истек 6 апреля 2014 года.

Решение может быть обжаловано в суд в порядке, предусмотренном статьей 198

Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Решение изготовлено в полном объеме 10 апреля 2014 года.

Председатель Комиссии

Л.Н.Галичина

Члены Комиссии

Н.В. Соболев

А.П. Пивоварова