

РЕШЕНИЕ

по делу №04-04-02/08-12

10 мая 2012 года

г. Кызыл

*Резолютивная часть решения объявлена 25 апреля 2012 года*

*Решение изготовлено в полном объеме 10 мая 2012 года*

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Тыва по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии: Долгих О.М. - руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Тыва (далее - Тывинское УФАС России),

Члены Комиссии:

Сорвачева В.А. – начальник отдела антимонопольного контроля и рекламы;

Тулуш Ш.Т. – специалист – эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы,

Ванькова Е.С. – старший специалист 2 разряда отдела антимонопольного контроля и рекламы,

рассмотрев дело № 04-04-02/08-12 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы на телеканале Россия-1 Тыва 27.02.2012г. с признаками нарушения требований части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии представителей:

«...»

«...»

УСТАНОВИЛА:

По результатам проведенного 27 февраля 2012 года мониторинга рекламы, распространяемой на телеканалах выявлено следующее.

Во время трансляции рекламы на телеканале «Россия-1 Тыва» распространялась реклама следующего содержания:

*«Серебряные традиции достойные восхищения. Серебро Ag. Скидка - 20 %. База*

РПС, склад 13, секция 28».

Определением Тывинского УФАС России от 03 апреля возбуждено дело по признакам нарушения требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе в отношении рекламодателя - Индивидуального предпринимателя Оюн Светланы Бады-Белековны и рекламораспространителя - Общества с ограниченной ответственностью «Телецентр».

Согласно [пункту 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. Объект рекламирования - это товар, средство его индивидуализации, 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 ([пункт 2 статьи 3](#) Закона о рекламе).

В соответствии с частями 5 и 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Под ненадлежащей рекламой понимается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации ([пункт 4 статьи 3](#) Закона о рекламе).

В соответствии с [пунктом 1 статьи 5](#) Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

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 ([часть 7 статьи 5](#) Закона о рекламе).

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит необходимые признаки рекламы: она распространена и адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – серебряным украшениям, реализуемым ИП «...»; формирует и поддерживает интерес к объекту рекламирования и продвигает его на рынке.

Комиссия, изучив договор №052 от 26.02.2012г., заключенный между Заказчиком ИП «...» и Исполнителем ООО «Телецентр», предметом которого являются услуги по размещению рекламы в эфире телеканала «Россия-1» с распространением в пределах территории Республики Тыва, акт выполненных работ/услуг от 11.03.2012г. №045, свидетельство о постановке на специальный учет от 10.12.2009г. №00030001668, письменное пояснение представителя по доверенности «...» от 16.03.2012г. вх.№1397 находит данные документы достаточными для признания рекламодателем рассматриваемой рекламы ИП «...», рекламораспространителем

– ООО «Телецентр».

Как установлено Тывинским УФАС России, размещенная ИП «...» на телеканале Россия-1 Тыва, реклама содержала текст: "Серебряные традиции достойные восхищения. Серебро Ag. Скидка - 20 %. База РПС, склад 13, секция 28".

Оценка восприятия информации "Скидка - 20%", может быть дана с точки зрения рядового потребителя, для которого она предназначена, поэтому именно период предоставления скидок должен быть предметом исследования при анализе рекламы. Учитывая воздействие информации, доводимой до потребителей рекламы, существенность информации оценивается достоверностью текста рекламы (действительным условиям проведения скидок на серебряные украшения).

Отсутствие в рекламе сведений о сроках проведения акции является нарушением [части 7 статьи 5](#) Закона о рекламе в случае, если рекламная акция носит не постоянный, а временный характер, а отсутствие такой существенной информации о сроке ее проведения искажает смысл информации и вводит потребителей рекламы в заблуждение относительно наличия у них неограниченного во времени права на скидку.

Таким образом, фраза "Скидка - 20%" вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку формирует впечатление, что в рекламной информации, размещенной ИП «...» период предоставления скидок на ювелирные украшения неограниченно во времени.

В ходе рассмотрения дела представитель по доверенности ИП «...» от 08.06.2011г. №б/н «...» по существу дела пояснила следующее. Идея о проведении акции скидок на серебряные украшения, реализуемые ИП «...» сформировалась в сентябре 2011г., однако сама идея была реализована в январе-феврале 2012г. В связи, с чем ИП «...» был самостоятельно изготовлен рекламный ролик. При изготовлении рекламного ролика был просмотрен сайт поставщика ювелирных украшений фирмы «Приволжский ювелир» и использованы рекомендации сотрудника фирмы.

«...» пояснила, что при изготовлении рекламного ролика, сообщающей о проведении акции скидок, не были учтены требования законодательства о рекламе, так как на момент создания рассматриваемой рекламы не обладали информацией, что отношения в сфере рекламы регулируются Законом о рекламе.

Рекламная акция, проводимая ИП «...», на ювелирные украшения носит временный характер, скидки на серебро 20% предоставлялись с января по февраль 2012г. Также представителем по доверенности ИП «...» «...» было отмечено, что при заключении договора на услуги по размещению рекламы с ООО «Телецентр» сотрудники указанного рекламного агентства не пояснили о требованиях Закона о рекламе относительно размещения в рекламном ролике сведений о сроках проведения акции.

В приложении №1 к договору от 26.02.2012г. №052 по размещению рекламы в эфире телеканала «Россия-1 Тыва» имеется форма согласования рекламного ролика на предмет соответствия требованиям законодательства о рекламе, в котором сотрудниками ООО «Телецентр» не отмечены несоответствие или соответствие

рассматриваемой рекламы Закону о рекламе.

Таким образом, представителем по доверенности ИП «...» - рекламодателя «...» подтвержден тот факт, что при изготовлении и последующем размещении рекламного ролика не были указаны сроки проведения акции скидоч, что является нарушением требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 3 статьи 2 Закона о рекламе, положения указанного закона, относящиеся к изготовителю товара, распространяются также на лиц, выполняющих работы или оказывающих услуги. Рекламодатель согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 4 части 5 статьи 5 Закона о рекламе.

Соответственно, доводы представителя ИП «...» «...» о не знании запрета, установленного Законом о рекламе не могут быть приняты во внимание.

Таким образом, оценив имеющиеся в деле доказательства Комиссия приходит к выводу, что отсутствие в рассматриваемой рекламе сроков проведения скидоч нарушает требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Руководствуясь статьёй 16, статьёй 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-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:

Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: *«Серебряные традиции достойные восхищения. Серебро Аг. Скидка - 20 %. База РПС, склад 13, секция 28»*, Индивидуального предпринимателя «...», распространяющуюся на телеканале Россия-1 Тыва 27.02.2012г., поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38- ФЗ «О рекламе».

- Выдать ИП «...» предписание о прекращении нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38- ФЗ «О рекламе», путем не размещения распространения ненадлежащей рекламы без сроков проведения акции скидоч.
- Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тывинского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьёй 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении рекламодателя ИП «...».

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

Председатель Комиссии

О.М. Долгих

Члены Комиссии

В.А. Сорвачева

Ш.Т. Тулуш

Е.С. Ванькова