

РЕШЕНИЕ

07 июля 2015 г.

г. Чебоксары

Дело № 20-Р-2015

Резолютивная часть решения оглашена 23 июня 2015 года.

Решение в полном объеме изготовлено 07 июля 2015 года.

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...> - председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;

члены Комиссии:

<...> – начальник отдела контроля органов власти и рекламы;

<...> - ведущий специалист-эксперт отдела контроля органов власти и рекламы;

рассмотрев дело № 20-Р-2015 по признакам нарушения пункта 1 статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее Закон о рекламе) в рекламе финансовых услуг, оказываемых ООО «Удобно-Сбережения», распространявшейся в газете «ПРО ГОРОД Чебоксары» от 14.03.2015 № 10 (237),

в отсутствие лиц, участвующих в деле,

в материалах дела имеются сведения о надлежащем извещении:

- редакции газеты «ПРО ГОРОД Чебоксары» (уведомление ФПС заказ 48397-7 от 18.05.2015),

<...> (уведомление «Почта России» 428018 84 08188 0),

УСТАНОВИЛА:

В Чувашское УФАС России из прокуратуры Чувашской Республики поступило обращение гражданина Российской Федерации <...> (исх. № 18 ш-2015 от 14.04.2015), зарегистрированное от 16.04.2015 вх. № 05-16/2793, о распространении ООО «Удобно-Сбережения» ненадлежащей рекламы.

По результатам рассмотрения заявления гражданина Российской Федерации

<...> установлен факт размещения в газете «PRO Город Чебоксары» от 14.03.2015 № 10 (237) рекламы ООО «Удобно-Сбережения» без указания сроков проведения акции «Нам 1 год! Заключи договор займа, выиграй автомобиль», условием участия в которой являлось заключение договора займа с ООО «Удобно-Сбережения» от 150000 руб., на срок 12 месяцев под 10,5 % в месяц до 31 марта 2015 г.

Согласно статье 1 Закона о рекламе его целями являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Реклама - 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. Ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации ([пункты 1, 4 статьи 3](#) Закона о рекламе).

В силу [статьи 9](#) Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны: 1) сроки проведения такого мероприятия; 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования может быть 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.

Рассматриваемая информация является рекламой, поскольку содержит в себе все квалифицирующие признаки данного понятия.

Исходя из цели проведения стимулирующего мероприятия - побуждения потребителей к совершению пробной или повторной покупки рекламируемого товара в период, ограниченный по времени, для признания рекламы стимулирующим мероприятием необходимо установить такой признак как выполнение его участником обязательного условия - приобретения определенного товара.

Как следует из разъяснений, данных в [пункте 27](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Закона о рекламе, нормы

[статьи 9](#) Закона о рекламе применяются к стимулирующим мероприятиям, условием участия в которых является приобретение определенного товара и которые проводятся на конкурсной основе с розыгрышем призов или получением выигрышей.

Таким образом, в [статье 9](#) Закон о рекламе в качестве отдельного объекта, к рекламе которого установлены специальные требования, выделяет стимулирующее мероприятие - стимулирующую лотерею, конкурс, игру, иное подобное мероприятие, условием участия в которых является приобретение определенного товара и возможность получения выигрыша (приза, подарка).

Отсутствие в рассматриваемой рекламе сведений о сроках проведения акции (не указана дата начала проведения стимулирующего мероприятия) не позволяет потребителям правильно и адекватно воспринимать рекламную информацию, вводит их в заблуждение относительно временного промежутка реализации указанного в рекламе мероприятия, нарушает их права на получение достоверной информации о рекламируемой услуге. Данная информация является существенной для потребителя рекламы, поскольку влияет на оценку и решение потребителей относительно приобретения рекламируемой услуги.

Согласно пункту 1.1. договора от 31.03.2015 № 40, заключенного между ИП <...> (исполнитель) и ООО «Удобно-Сбережения» (заказчик), предметом настоящего договора является оказание исполнителем по заданию заказчика по размещению рекламных материалов в средстве массовой информации – газете «PRO Город Чебоксары».

Согласно [части 7 статьи 38](#) Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных [статьей 9](#) Закона о рекламе несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, а именно, редакция газеты «PRO Город Чебоксары».

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламодателям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В связи с тем, что в настоящее время рассматриваемая реклама не распространяется, Комиссия не считает необходимым выдать редакции газеты «PRO Город Чебоксары» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального 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 ненадлежащей рекламу финансовых услуг ООО «Удобно-Сбережения», распространенную в газете «PRO ГОРОД Чебоксары» от 14.03.2015 № 10 (237), поскольку в ней нарушены требования пункта 1 статьи 9 Федерального закона «О рекламе».

2. Не выдавать редакции газеты «PRO Город Чебоксары» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 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

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>