

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

### о прекращении производства по делу №248-ФАС52-07/16

19 апреля 2016 года

г.Н.Новгород

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

- С. - председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;  
член Комиссии, главный специалист-эксперт отдела
- М. - контроля финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции;  
**член Комиссии, заместитель начальника отдела контроля**
- Ш. - **финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции,**

рассмотрев дело №248-ФАС52-07/16, возбужденное в отношении **ООО «ТЕХНОПАРК-ЦЕНТР» (ИНН 7715631511, 111024, г.Москва, ул.Авиамоторная, д.65, стр.1; г.Н.Новгород, ул.Родионова, д.187в)** по обращению потребителя рекламы Ц. (письменное разрешение заявителя на разглашение его персональных данных отсутствует) по признакам нарушения части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе», в присутствии заявителя и представителя общества по доверенности Г.,

#### УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области поступило обращение потребителя рекламы Ц. по поводу рекламной акции «Подарки на круглую сумму» магазина «Технопарк», содержащей, по мнению заявителя, признаки нарушения законодательства РФ о рекламе.

В связи с указанными обстоятельствами, Нижегородское УФАС России 24 февраля 2016 года возбудило дело №248-ФАС52-07/16 по признакам нарушения требований пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» в отношении рекламодателя – ООО «ТЕХНОПАРК-ЦЕНТР».

Дело по существу рассмотрено 14.04.2016.

В ходе рассмотрения дела заявитель поддержала доводы, изложенные в обращении.

Общество полагает, что нарушение рекламного законодательства отсутствует. Подробно позиция ООО «ТЕХНОПАРК-ЦЕНТР» изложена в письменных пояснениях, приобщенных к материалам дела.

По утверждению представителя ответчика, деятельность по продаже бытовой техники в магазине, расположенном по адресу: г.Н.Новгород, ул.Родионова, д.187в, и реализации указанных товаров через официальный сайт магазина «Технопарк» осуществляют разные юридические лица. При этом цена на один и тот же товар, представленный в магазине и на сайте, может отличаться. Ответчик полагает, что при выборе телевизора на сайте потребитель не завершил процедуру оформления заказа согласно правилам, установленным магазином «Технопарк».

**Изучив материалы дела, выслушав доводы ответчика, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к следующим выводам.**

ООО «ТЕХНОПАРК-ЦЕНТР» в период с 29.05.2015 по 28.06.2015 проводило рекламную акцию «Подарки на круглую сумму» и распространяло рекламные буклеты.

На последней странице буклета внизу мелким шрифтом указано: *«При покупке на сумму 7999 рублей и более покупателю предоставляется возможность дополнительно выбрать товар на определенную сумму. Стоимость товара, выбранного по акции, зависит от суммы первоначальной покупки, но не может превысить 8000 рублей. При единовременной покупке основных товаров и товара по акции предоставляется скидка, равная стоимости товара, выбранного по условиям акции. В акции участвуют группы товаров «малая бытовая техника» и «товары для дома». Полный перечень товаров, участвующих в акции, правила проведения с учетом установленных ограничений уточняйте в магазинах Технопарк...».*

Данное сообщение является рекламой, так как отвечает определению, указанному в пункте 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе»: 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования - 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 3 этой же статьи определил, что *товар* - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рекламное сообщение направлено на привлечение внимания неопределенного круга лиц к объекту рекламирования – магазину «Технопарк», товаром является бытовая техника.

Как указано в обращении, 10.06.2015 заявитель на сайте магазина «Технопарк» выбрал телевизор Philips 42PFT6309/60, добавил данный товар в корзину и оформил заказ. Стоимость телевизора составила 25450 рублей. От магазина «Технопарк» по электронной почте получено подтверждение о выбранном товаре и его стоимости.

12.06.2016 в магазине «Технопарк» (ООО «ТЕХНОПАРК-ЦЕНТР» г.Н.Новгород, ул.Родионова, 187в) потребитель приобрел телевизор Philips 42PFT6309/60. Согласно чеку 01/000457157 стоимость товара составила 29390 рублей. В качестве подарка заявителю предоставлен пылесос «Циклон» Kambrook ANV301 стоимостью 4990 рублей. Общая сумма покупки - 29390 рублей.

Заявитель полагает, что при покупке стоимость телевизора была изменена на стоимость прилагаемого подарка. Указанное, по мнению потребителя, содержит признаки недостоверной рекламы и свидетельствует о наличии нарушения требований статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Комиссией установлено, что анализируемый рекламный буклет «Подарки на круглую сумму» не содержит информации о телевизоре марки Philips модель 42PFT6309/60 и стоимости данного товара.

Условия рекламной акции «Подарки на круглую сумму» предусматривают, что всем покупателям, совершившим в указанный период времени единовременную покупку в магазинах «Технопарк» на сумму более 7990 рублей, предоставляется один подарок, который выбирается покупателем из ограниченного ассортимента «Бытовая техника», «Мелкая бытовая техника», «Климатическая техника» и «Товары для дома». Стоимость предоставляемого подарка зависит от суммы покупки (Регламент по проведению акции, утвержденный директором ООО «ТЕХНОПАРК-ЦЕНТР» Митропольцевым М.Ф.).

Фактические обстоятельства рассматриваемого дела свидетельствуют о том, что заявителю при совершении покупки телевизора Philips 42PFT6309/60, стоимость которого составила 29390 рублей, предоставлен подарок - пылесос «Циклон» Kambrook ANV301 стоимостью 4990 рублей, что соответствует условиям акции, заявленным в рекламном буклете.

Таким образом, рекламное сообщение магазина «Технопарк» содержит достоверные сведения об условиях приобретения товара в рамках акции «Подарки на круглую сумму».

В отношении доводов заявителя о различиях в стоимости телевизора Philips 42PFT6309/60, сведения о которой содержались на официальном сайте магазина «Технопарк», и цене, по которой телевизор был фактически приобретен, Комиссия пришла к следующим выводам.

Согласно пункту 3 части 2 статьи 2 ФЗ «О рекламе» данный закон не распространяется на справочно-информационные материалы и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

Разделы сайта, принадлежащего магазину «ТЕХНОПАРК», в которых содержится информация о товарах, их ассортименте и стоимости, носят информационный

характер, в связи с чем, их нельзя отнести к рекламной информации.

Таким образом, не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах (услугах), размещенная на сайте самого производителя или продавца данных товаров (услуг), если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта об ассортименте товаров (услуг), правилах пользования и т.п.

Информация, размещенная на сайте, не является рекламой, так как адресована определенному кругу лиц, то есть только тем потребителям, которые зашли на конкретный сайт продавца товара для получения интересующей их информации.

Данная позиция изложена в разъяснении Федеральной антимонопольной службы в письме от 28.08.2015 №АК/45828/15.

Кроме того, цены на бытовую технику не являются государственно регулируемыми ценами, и устанавливаются продавцами в зависимости от ситуации, сложившейся на товарном рынке.

С учетом изложенного Комиссия пришла к выводу о том, что реклама акции «Подарки на круглую сумму» магазина «Технопарк» не содержит признаков недостоверной рекламы по смыслу пункта 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Рекламодателем рекламного сообщения является ООО «ТЕХНОПАРК-ЦЕНТР» на основании Договора от \*\*. \*\*.2014 №\*\*, заключенного с ООО Рекламное агентство «Рейтинг».

При данных обстоятельствах Комиссия Нижегородского УФАС России считает, что реклама акции «Подарки на круглую сумму», размещенная ООО «ТЕХНОПАРК-ЦЕНТР», не противоречит требованиям Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с подпунктом «а» пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 года № 508, производство по делу прекращается в случае неподтверждения в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, Комиссия Нижегородского УФАС России принимает решение о прекращении производства по делу в связи с не подтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с подпунктом «а» пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 года № 508, Комиссия

**О П Р Е Д Е Л И Л А:**

1. Производство по делу № 248-ФАС52-07/16, возбужденному в отношении ООО «ТЕХНОПАРК-ЦЕНТР» овгород, ул.дрес: по признакам нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» прекратить в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

**Председатель Комиссии**

**С.**

**Члены Комиссии**

**М.**

**Ш.**