



от 27.02.2012 г.) от Управления Роспотребнадзора по Волгоградской области, которым было перенаправлено заявление Беловой Надежды Ивановны для рассмотрения в рамках вверенной антимонопольному органу компетенции по существу. В своем заявлении гражданка Белова Н.И. жалуется на действия туроператора Общества с ограниченной ответственностью (ООО) «Альфа», которые выразились в проведении стимулирующей лотереи с нарушением действующего законодательства и недостоверной рекламе.

Как указала Заявительница, она была введена в заблуждение относительно условий акции. Ознакомившись с текстом, размещенным на скрейтч карте, Белова Н.И. полагала, что ей предоставят список, который указан в скрейтч карте более крупным шрифтом и выделен цветом, т.е. из семи подарков, кроме того, она сама будет выбирать, какой из семи подарков забрать.

В рамках рассмотрения заявления, сотрудниками Волгоградского УФАС России был направлен запрос о предоставлении информации (от 13.03.2012 г. № 02-8/1402) в адрес ООО «Альфа».

На вышеуказанный запрос ООО «Альфа» представило документы (вх. № 1864 от 27.03.2012 г.) и сообщило, что ООО «Альфа» для привлечения потребителей проводит акцию. В соответствии с условиями, к акции допускаются лица, достигшие 30 лет. Лица, принявшие участие в акции и после посещения рекламной программы на выставке получают гарантированный подарок на выбор. Условия акции содержатся на оборотной стороне скрейтч карты.

В адрес ООО «Альфа» также были направлены запросы от 11.04.2012 г. № 02-8/2279 и от 26.04.2012 г. № 02-8/2662 о предоставлении информации по поводу проведения рекламной акции следующего содержания: «К этой акции допускаются лица, достигшие 30 лет. Сотрите пять круглых полей. Если у Вас совпадут ТРИ ОДИНАКОВЫХ изображения в любом порядке, Вы гарантированно получите на выставке один из нижеперечисленных подарков на ваш выбор...».

Из полученных документов от ООО «Альфа» (вх. № 1864 от 27.03.2012 г.; вх. № 2746 от 25.04.2012 г.; вх. № 3207 от 11.05.2012 г.) следует, что ООО «Альфа» действительно выдает подарки лицам, принявшим участие в акции (документы, подтверждающие выдачу подарков и закупку подарков в рамках рекламной акции приложены к материалам дела).

**01 июня 2012 года было возбуждено дело № 12-03-5-02/384 по признакам нарушения ООО «Альфа» ч. 1, п. 15 ч. 3, ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».**

В ходе рассмотрения данного дела на заседании Комиссии (02.07.2012 г.) заявительница, гражданка Белова Н.И., сообщила следующее:

1) Поучаствовать в рекламной акции, проводимой ООО «Альфа», ей предложили в ТЦ «Парк Хаус». Заявительнице дали две скрейтч карты и предложили стереть пять круглых полей. Одна карта была не выигрышной, а в другой у Заявительницы совпали три поля. После назначили время и дату получения подарка.

2) В офисе ООО «Альфа» у Заявительницы забрали скрейтч карту и началась рекламная программа. Рекламная программа длилась не 50 минут, как указано в буклете, который выдавался вместе с скрейтч картой, а намного дольше, в связи с

чем Заявительница постоянно напоминала про подарок. После продолжительного времени, под давлением как указала Заявительница, рекламного прессинга, она заключила договор с ООО «Альфа».

3) Так как достаточной суммы у Заявительницы сразу не было, сотрудники ООО «Альфа» предложили съездить за деньгами и предоставили машину. После оплаты суммы договора, Заявительница опять напомнила про подарок, который был гарантирован, и только после напоминания ООО «Альфа» выдало подарок, который предложили выбрать из списка, состоящего только из трех подарков.

Также Заявительница сообщила Комиссии, что рекламная акция ООО «Альфа» продолжается в настоящий момент. Так, посетив накануне заседания Комиссии ТЦ «Парк Хаус», Белова Н.И. встретила распространителей скрейтч карт ООО «Альфа». Ей было предложено поучаствовать в акции, и в результате, после стирания пяти полей, Заявительница опять «выиграла» подарок (копии данных скрейтч карт приобщены к материалам дела)

По существу выявленного нарушения ООО «Альфа» на рассмотрении данного дела представило объяснения, в которых сообщалось следующее:

1) Волгоградское УФАС России приняло к рассмотрению заявление гражданина с нарушением требований ФЗ от 02.05.2006 г. № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации», а именно государственным органом в чьей компетенции отсутствует контроль (надзор) за проведением лотерей. Также, Управление начало проверку заявления о нарушении законодательства о рекламе при отсутствии такого заявления. Следовательно запросы о предоставлении информации, направленные ООО «Альфа», являются незаконными, а документы представленные ООО «Альфа» не могут служить доказательствами по делу и должны быть изъяты из материалов дела.

2) В определении о возбуждении дела отсутствуют квалифицирующие признаки понятия «информация», о чем информация, какого рода, то есть информация об акции, либо о месте нахождения ООО «Альфа», либо о телефоне, о сайте, либо о подарках. Таким образом, не возможно понять, что же нарушает требования законодательства о рекламе.

3) В определении о возбуждении дела нет сведений основанных на законодательстве о рекламе о том, что в данном случае должна представлять из себя полнота информации, а также в чем заключается противоречивость – что именно чему противоречит.

4) В определении о возбуждении дела не изложено существо фактов, в нем имеются ссылки на двоякость.

5) Считают безосновательными выводы о заблуждении потребителя.

6) Должностное лицо не разбираясь сделала вывод о заблуждении потребителя относительно призов, в то время как на карте четко обозначены возможные подарки, а далее по тексту условия получения подарков и эти условия не содержат какой-либо двусмысленной информации позволяющей сделать различные противоречивые выводы относительно получения подарка.

В связи с изложенным, представитель ООО «Альфа» просил прекратить

рассмотрение дела в связи с отсутствием фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Кроме того, на вопрос Комиссии о пояснении противоречивости текста скрейтч карты относительно подарков, представитель ООО «Альфа» пояснила, что мелким шрифтом указаны условия получения подарков.

**Комиссия по рассмотрению дела № 12-03-5-02/384, изучив материалы дела, исследовав доказательства и выслушав доводы сторон по обстоятельствам, послужившим основанием для возбуждения дела, пришла к следующим выводам.**

В части рассмотрения доводов ООО «Альфа» о неправомерности возбуждения данного дела Комиссией не принимаются данные доводы по следующим основаниям.

Согласно п. 3.1 Административного регламента ФАС по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 28.12.2007 г. № 453, антимонопольный орган осуществляет рассмотрение дел по собственной инициативе или на основании обращений, путем осуществления процедур, предусмотренных нормативными актами, устанавливающими правила и порядок рассмотрения дел.

В соответствии с ч. 1 ст. 33 ФЗ «О рекламе», антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе:

- 1) предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе;
- 2) возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно ч. 1 ст. 34 ФЗ «О рекламе» юридические лица, индивидуальные предприниматели обязаны представлять в антимонопольный орган (его должностным лицам) по его мотивированному требованию в установленный срок необходимые документы, материалы, объяснения, информацию в письменной и (или) устной форме (в том числе информацию, составляющую коммерческую, служебную и иную охраняемую законом тайну), включая служебную переписку в электронном виде, а также обеспечивать уполномоченным должностным лицам антимонопольного органа доступ к такой информации.

Волгоградское УФАС России обладает полномочиями по возбуждению дел как по собственной инициативе, так и по заявлению (п. 12 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ 17.08.2006 г. № 508).

В определении о возбуждении данного дела от 01 июня 2012 года (исх. 02-8/3530) указано какая реклама нарушает требования ФЗ «О рекламе», в чем выразилось данное нарушение, изложено какая именно информация противоречива, и что может вводить в заблуждение потребителей рекламы.

Комиссия приходит к выводу, что оснований для прекращения данного дела отсутствуют.

В соответствии с п. 1 ст. 2 Федерального закона от 11.11.2003 г. № 138-ФЗ «О лотереях», лотерея - игра, которая проводится в соответствии с договором и в которой одна сторона (организатор лотереи) проводит розыгрыш призового фонда лотереи, а вторая сторона (участник лотереи) получает право на выигрыш, если она будет признана выигравшей в соответствии с условиями лотереи. Договор между организатором лотереи и участником лотереи заключается на добровольной основе и оформляется выдачей лотерейного билета, квитанции, другого документа или иным предусмотренным условиями лотереи способом.

То есть, для признания акции лотереей, необходимо наличие таких квалифицирующих признаков, как игра, розыгрыш призового фонда, что не установлено в рассматриваемом случае.

В соответствии со ст. 9 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – 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.

Из вышеизложенного следует, что одним из условий применения норм ст. 9 ФЗ «О рекламе» является приобретение определенного товара. Проводимая ООО «Альфа» акция не предусматривает одним из условий получения подарка приобретение определенного товара, она предусматривает посещение (безвозмездно) рекламной выставки, после которой гарантированно вручаются подарки.

Таким образом, ООО «Альфа» в рассматриваемом случае проводит не лотерею, а рекламную акцию.

Часть 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» устанавливает, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно п. 15 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о правилах и сроках проведения стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, в том числе о сроках окончания приема заявок на участие в нем, количестве призов или выигрышей по его результатам, сроках, месте и порядке их получения, а также об источнике информации о таком мероприятии.

Комиссия приходит к выводу об отсутствии в рассматриваемой скрейтч карте признаков нарушения ч. 1, п. 15 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе» и прекращает рассмотрение дела по указанным пунктам.

Согласно п.п.1 ст. 3 ФЗ «О рекламе», **реклама** – это 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.

Информация, размещенная на скрейтч карте (в рамках проводимой ООО «Альфа» акции), обладает всеми квалифицирующими признаками рекламы:

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (туристической (рекламной) выставке, услугам, оказываемым туроператором ООО «Альфа»);
- направлена на формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования и его продвижение на рынке;
- адресована неопределенному кругу лиц. В соответствии с письмом Федеральной антимонопольной службы от 05.04.2007г. № АЦ/4624 в рамках понятия рекламы, установленного ст. 3 ФЗ «О рекламе» под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Соответственно, распространение информации на скрейтч карте должно признаваться распространением среди неопределенного круга лиц, поскольку заранее невозможно определить всех лиц, для которых такая информация будет доведена.

Установлено, что ООО «Альфа» является рекламодателем и рекламораспространителем в данном случае.

В соответствии с ч. 7 ст. 5 ФЗ «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.

Комиссия, изучив текст скрейтч карты, приходит к выводу, что форма предоставления информации в скрейтч карте умышленно искажает смысл рекламной акции. Из-за предоставления неполной, противоречивой информации, потребитель не получает полной и понятной информации, из какого списка он должен выбирать: из представленных семи подарков, или из трех, которые предоставит на выбор сама организация.

Неполнота информации в рассматриваемом случае выражается в отсутствии части существенной информации об условиях приобретения подарка. В верхней части текста в скрейтч карте идет речь о выставке, затем заметно более мелким шрифтом о рекламной программе на выставке. Связь между первым и последним абзацем по тексту не выстроена.

В связи с недостаточностью и противоречивостью информации об условиях проведения рекламной акции в скрейтч карте, потребитель (Заявительница) восприняла условия акции как позволяющие получить подарок из списка, который состоит из семи возможных подарков, на свой выбор, включая наиболее привлекательные для нее подарки (персональный компьютер, сертификаты на бесплатное недельное проживание на курорте в Испании или Тайланде).

Комиссией по рассмотрению дела не принимаются объяснения представителя ООО «Альфа» о том, что мелким шрифтом указаны условия получения подарков по следующим основаниям.

Информация на скрейтч карте «...Сотрите пять круглых полей. Если у Вас совпадут ТРИ ОДИНАКОВЫХ изображения в любом порядке, Вы гарантированно получите на выставке один из нижеперечисленных подарков на ваш выбор

- фотоаппарат
- персональный компьютер
- сертификат на бесплатное недельное проживание на курорте в Испании
- сертификат на бесплатное недельное проживание на курорте в Тайланде
- VIP-карта
- Веб-камера
- Мобильный телефон...»,

позволяет сделать следующие выводы:

- 1) Для получения подарка на выставке достаточно совпадения трех одинаковых изображений на скрейтч карте;
- 2) Подарок выбирается потребителем на его выбор из списка, который перечислен ниже и выделен цветом и шрифтом.

Наличие на скрейтч карте информации (мелким шрифтом) «...В конце рекламной программы на выставке Вам будет представлен список подарков, имеющихся на день посещения. Список будет содержать как минимум три подарка. Каждая супружеская пара имеет право выбрать только один подарок в конце туристической выставки, в день ее проведения...»,

позволяет сделать следующие выводы:

- 1) В конце рекламной программы (о которой не упоминается выше) на выставке потребителю будет представлен список подарков (тот же или еще один – не однозначно по тексту), состоящий как минимум из трех подарков из имеющихся на день посещения.
- 2) Потребителю (супружеской паре) можно выбрать только один подарок.

При этом нигде в тексте скрейтч карты последняя информация не позиционируется, как условие выполнения обязательств организатора акции, указанными в начале рекламного сообщения.

Таким образом, нельзя сделать однозначный вывод о том, из скольки подарков необходимо будет выбирать, из семи или из трех, из списка, указанного на скрейтч карте или из списка который предоставит и ограничит сама организация.

Информация, указанная в рассматриваемой рекламе, не доведена до

потребителя надлежащим образом, в связи с чем потребитель вводится в заблуждение в отношении предлагаемой акции (в рассматриваемом случае – гр. Белова Н.И.)

С учетом вышеизложенного, в ходе рассмотрения дела № 12-03-5-02/384 подтвердился только факт наличия в рассматриваемом случае нарушения требований части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно п. 5 ст. 3 ФЗ «О рекламе», рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с п. 4 ст. 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с п. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе», рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных, в том числе частями 2 – 8 статьи 5 настоящего Федерального закона.

Рекламная информация на скрейтч карте, в рамках проводимой ООО «Альфа» акции, является ненадлежащей, поскольку нарушает требования ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 37 – 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 г. № 508, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, распространяемую посредством скрейтч карт в рамках проводимой ООО «Альфа» акции, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ООО «Альфа» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Волгоградского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст. 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.