

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Управление по Кировской области

от "14" февраля 2011 г.

г. Киров

РЕШЕНИЕ

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

Председателя Комиссии –<.....> – руководителя управления и членов Комиссии – <.....> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы, <.....> – специалиста 2 разряда отдела финансовых рынков и рекламы,

В отсутствие надлежащим образом извещенных о дате, месте и времени рассмотрения дела:

Заявителя –<.....>,

Лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства – ИП <.....>,

протокол вел <.....> – вед. специалист-эксперт отдела финансовых рынков и рекламы;

рассмотрев дело № 5, по признакам нарушения ИП <.....> пункта 4 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 года № 38-ФЗ,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило заявление <.....> о нарушении действующего рекламного законодательства при размещении рекламы магазина «Портал» на канале «СТС- 9 канал».

По мнению заявителя, рекламная информация является недостоверной, потому что он не смог купить ноутбук Samsung с обещанной скидкой в 100 %. Таким образом, заявитель считает, что в рекламном материале, распространенном магазином «Портал» на канале «СТС- 9 канал», отсутствовала часть существенной информации, а именно: информация об условиях проведения акции и скидках на товары, что является нарушением закона и ущемляет права <.....>, как потребителя.

В результате проверки по заявлению было установлено следующее.

С 1 декабря по 31 декабря в эфире телекомпании «СТС- 9 канал» транслировались рекламные ролики следующего содержания:

- «Скидка 100 % в «Портал», не пропусти. Невозможное возможно; (продолжительность 3 секунды);

-«Скидка 100% в «Портал», миф или реальность, Портал. Невозможное возможно (продолжительность 5 секунд).

Дополнительно звуковой ряд сопровождался надписью исполненной крупным шрифтом - «скидка 100% \*\*\*», где «100% \*\*\*» являлось доминирующим на экране. В нижней части рекламного поля под \*\*\* мелким шрифтом указана следующая информация: «Акция действует по 31.12.2010. Подробности в магазине Портал и на сайте portalkirov.ru. Невозможное возможно».

На заседании Комиссии ИП <.....> не явился и просил рассмотреть дело в его отсутствие.

От заявителя - <.....> также поступило ходатайство о рассмотрении дела в его отсутствие.

К заседанию Комиссии, назначенному на 14.02.2011 года, документы, запрошенные определением о возбуждении дела № 5 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, поступили в полном объеме. Так как отсутствие заявителя и ответчика не препятствовали рассмотрению дела по существу, Комиссия удовлетворила поступившие ходатайства.

В соответствии с пояснениями, представленными ИП <.....>, им не нарушены требования ч.3 ст. 5 Закона «О рекламе», так как информация о скидке в размере 100 % на товары соответствует действительности, поскольку в магазине «Портал» действительно предоставлялась скидка в размере 100 % на товары согласно правилам проводимой акции «Невозможное возможно». Так же соответствует действительности информация о том, что с подробностями акции можно ознакомиться на сайте www.portalkirov.ru, на плакатах в магазинах «Портал», по телефону и непосредственно у продавцов –консультантов.

Кроме того, содержание рекламы, размещенной на телеканале «СТС- 9 канал» полностью соответствует целям и принципам рекламы. Распространенная информация о скидке в размере 100 % по акции «Невозможное возможно» направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – магазину «Портал», формирование и поддержание интереса к нему и продвижение его на рынке. В данном случае потребителям была предоставлена существенная информация, содержащая срок проведения акции и ссылку к источнику информации о проводимой акции, т.е. выполнены требования ст. 9 Закона «О рекламе».

Изучив имеющиеся документы, Комиссия установила, что ИП <.....>нарушил п. 4 ч. 3 и ч. 7 ст. 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 года № 38-ФЗ.

Выводы Комиссии основаны на следующем:

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе», **рекламой** является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, распространяемая на канале «СТС- 9 канал» об акции, проводимой в магазинах «Портал», полностью соответствует понятию ст.3 Закона и является рекламой.

Согласно ч.1 ст.5 Федерального Закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускаются.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст.3 Закона).

Было установлено, что на телеканале «СТС- 9 канал» транслировалось два рекламных ролика магазинов «Портал» продолжительностью 3 секунды и 5 секунд. Из их содержания следует, что внимание неопределенного круга потребителей обращено не просто на конкретный хозяйствующий субъект, как указывает в своем объяснении ответчик, а на то, что предоставляется скидка 100% в магазинах «Портал».

Оба рекламных ролика начинаются с текстовой информации, исполненной крупным шрифтом – «скидка 100% \*\*\*», где «100% \*\*\*» является доминирующим на экране, кроме того на данной цифре делается акцент путем ее контрастности и увеличения, которое в 5 секундном ролике составляет более 50 % рекламного поля. В нижней части рекламного кадра под \*\*\* мелким шрифтом, занимающим примерно 1 % от его площади, на протяжении всего ролика присутствует следующая информация: «Акция действует по 31.12.2010. Подробности в магазине Портал и на сайте portalkirov.ru. Невозможное возможно».

Рекламные ролики сопровождаются звуковым рядом:

- «Скидка 100 % в «Портал», не пропусти. Невозможное возможно; (продолжительность 3 секунды);

-«Скидка 100% в «Портал», миф или реальность, Портал. Невозможное возможно (продолжительность 5 секунд).

В соответствии с п. 4 ч. 3 ст. 5 Федерального Закона «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.

Распространенная информация о скидке в размере 100%, без указания на какие-либо исключения, содержит не соответствующие действительности сведения об условиях приобретения товаров. Используемое в рекламном материале утверждение «Скидка 100 % в «Портал», не пропусти. Невозможное возможно» создает впечатление, что можно приобрести товар в магазине со скидкой 100 %, что реально не соответствует действительности, так как ее может получить только ограниченное число лиц при условии участия в акции.

Согласно информации, размещенной на сайте магазина, вышеуказанная акция «Невозможное возможно» проходила с 1 по 31 декабря 2010 года. Для участия в акции необходимо было совершить покупку в любом магазине «Портал» на любую сумму и получить в кассе сертификат номинальной стоимостью 100 рублей. Розыгрыш призов проводился 07.01.2011 года. При этом в нем участвовали только номера сертификатов, присутствовавшие в месте проведения в момент розыгрыша. Только по результатам розыгрыша отдельные призовые сертификаты давали право до 31 января 2011 года приобрести товар в магазине «Портал» на сумму до 10 000 рублей со скидкой 30 %, 50 % или 100 %. Количество призов не оговаривалось даже непосредственно в Правилах участия в акции «Невозможное возможно». Не выигравшие сертификаты могли быть в период с 3 января по 31 марта 2011 года при определенных условиях использованы как платежное средство.

Данная информация является для потребителей рекламы существенной, но она не была указана в рекламных роликах. В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе», не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения и использования, если при этом искажается смысл информации, и вводится в заблуждение потребители рекламы.

Отсутствие в рекламе существенной информации об условиях его приобретения товара привело к искажению смысловой нагрузки информации и ввело в заблуждение потребители рекламы относительно реальной стоимости товара. Об этом свидетельствует заявление гражданина – потребителя.

Кроме того, информация, указанная мелким шрифтом и не озвученная в рекламных роликах, о возможности уточнения подробностей акции в магазинах «Портал» и на сайте магазина, не заменяет опубликования существенных сведений, отсутствие которых способно ввести потребителя в заблуждение относительно условий приобретения товара, поскольку распространенная реклама была направлена на формирование у потребителей желания приобретения товара со скидкой 100 %, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителей, но и информация способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона ответственность за несоблюдение требований п. 4 ч. 3 и ч. 7 ст. 5 Закона несет рекламодатель.

В соответствии с заказом на размещение рекламы от 22.10.2010 № РА00000002718, договором от 23.03.2010 г. с приложением, заключенным между ИП <.....> (Заказчик) с одной стороны и ООО «Рекламное агентство «Девятка» (Исполнитель) с другой стороны, счетом на оплату № 2718 от 22.10.2010г., платежным поручением № 722 от 29.11.2010г., рекламодателем рекламного ролика является ИП <.....>

Все вышеуказанное позволяет сделать вывод, что нарушение требований п. 4 ч. 3 и ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» произошло по вине индивидуального предпринимателя <.....>.

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения рассматриваемая реклама не распространяется, так как акция «Невозможное возможно» проходила с 01.12.2010 по 31.12.2010 г., Комиссия решила предписание не выдавать.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях индивидуальный предприниматель <.....> несет ответственность как должностное лицо, в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Таким образом, ИП <.....>. являясь рекламодателем, нарушил требования п. 4 ч. 3 и ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Комиссия считает необходимым привлечь Индивидуального предпринимателя <.....> к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 3, ст. 5 ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

## РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу:

- «Скидка 100 % в «Портал», не пропусти. Невозможное возможно»;

-«Скидка 100% в «Портал», миф или реальность, не пропусти. Портал. Невозможное возможно», размещенную ИП <.....> на канале «СТС- 9 канал» в период с 01.12.2010 г. по 31.12.2010 г., так как она противоречит требованиям п. 4 ч. 3 и ч. 7 ст. 5 Федерального Закона «О рекламе».

2. Признать ИП <.....>. нарушившим п. 4 ч. 3 и ч. 7 ст. 5 Федерального Закона «О рекламе».

3. Предписание об устранении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России - начальнику отдела финансовых рынков и рекламы для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП в отношении ИП <.....>.

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

Председатель Комиссии

<.....>

Члены Комиссии

<.....>

