РЕШЕНИЕ
по делу № 10-03-9-02/398

23 сентября 2010 года г. Волгоград

Резолютивная часть решения оглашена 21 сентября 2010 г.
Решение изготовлено в полном объеме 23 сентября 2010 г.

Комиссия Управления ФАС по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
председатель Комиссии - заместитель руководителя Управления Бурба Валентина Владимировна,
член Комиссии – старший государственный инспектор отдела защиты конкуренции и контроля за рекламой Алимова Елена Владимировна,
член Комиссии – государственный инспектор отдела защиты конкуренции и контроля за рекламой Маравина Алёна Александровна,
член Комиссии – государственный инспектор отдела защиты конкуренции и контроля за рекламой Кочергина Александра Викторовна,
рассмотрев дело № 10-03-9-02/398, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы, размещенной 20 июня 2010 года в эфире радио «Ретро-FM»,
в присутствии:
представителя ЗАО «Агро Инвест»,
директора ООО «Навигатор»,

УСТАНОВИЛА:

08 сентября 2010 года Председателем Комиссии Управления ФАС по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе по собственной инициативе возбуждено дело № 10-03-9-02/398 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения 20 июня 2010 года в эфире радио «Ретро-FM», содержащей признаки нарушения статьи 9 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г., а именно: данная реклама стимулирующего мероприятия не содержит информацию о сроках проведения такого мероприятия и источник информации о правилах проведения такого мероприятия, о количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения, по которому потребители рекламы могут ознакомиться об этих условиях.

Согласно письменным объяснениям ЗАО «Агро Инвест» (рекламодателя), срок проведения акции «Выиграй автомобиль» сообщался непосредственно на плакатах и мониторах в магазинах «Пятерочка», где и проводилась акция. Кроме этого, в радио эфире конкретно было указано, что разыгрывается автомобиль, который и являлся единственным призом в данной акции. Полагают, что сведения об условиях акции были предоставлены добросовестно и достоверно в соответствии с требованиями закона.
Как следует из письменных объяснений ООО «Навигатор» (рекламораспространитель), в июньском ролике «Царь-продукта» сообщалось о сроках окончания акции («совершите до 22 июня покупку»), стартовавшей в апреле месяце текущего года. Розыгрыш выигрыша (автомобиля) состоялся «26 июня в 11.00 на территории мясокомбината». В ролике также было сообщено об условиях

принятия участия в розыгрыше («соверши покупку… … напиши на чеке фамилию и имя, телефон и опусти в ящик для сбора чеков…»). Компания «Царь-продукт» разыгрывала автомобиль – главный приз – автомобиль – о чем сообщено в рекламном ролике, выходившем на Ретро-FM. Они не преследовали цели ввести слушателей в заблуждение, и данная реклама содержала необходимый и достаточный набор информации для принятия решения об участии в розыгрыше со стороны слушателей. В связи с этим, они уверены, что данная реклама «Царь-продукта» достоверна и добросовестна.

Изучив имеющиеся материалы дела, выслушав объяснения представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, Комиссия пришла к следующим выводам:

Государственным инспектором отдела защиты конкуренции и контроля за рекламой Волгоградского УФАС России Маравиной А.А., по собственной инициативе был проведен мониторинг рекламы, размещенной 20 июня 2010 года в эфире радио «Ретро-FM».
По результатам проведенной проверки установлен факт распространения 20 июня 2010 года в эфире радио «Ретро-FM» следующей информации:
«Женский голос: главная сенсация лета!
Мужской голос: «Царь-продукт» разыгрывает автомобиль.
Женский голос: совершите до 22 июня покупку в магазине «Пятерочка» продукцию «Царь-продукт» на сумму от 150 рублей.
Мужской голос: напишите на чеке фамилию и имя, телефон и опустите в ящик для сбора чеков.
Женский голос: розыгрыш призов 26 июня в 11. 00 на территории мясокомбината.
Мужской голос: встречай лето в «Царь-продукт».
Женский голос: и выиграй автомобиль».
Согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. 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;
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;
Рассматриваемая информация содержит все квалифицирующие признаки рекламы, поскольку она адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – стимулирующему мероприятию по розыгрышу автомобиля среди покупателей магазина «Пятерочка», формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.
Спорная реклама размещалась в эфире радио «Ретро-FM» на основании договора, заключенного между ООО «Навигатор» и ЗАО «Агро Инвест» № 20/09 от 24.03.2009 г., и эфирной справки, согласно которой утвержден график выхода рекламы (с 01 по 22 июня 2010 года в количестве 234 выходов в эфир).
Хронометраж данного рекламного ролика составляет 20 секунд.
Сторонами подписан акт № 000271 от 23.06.2010 г. о том, что услуги по размещению рекламных материалов рекламодателя на радиостанции «Ретро-FM» оказаны ООО

«Навигатор» полностью и в оговоренные сторонами сроки.
Согласно условиям акции «Выиграй автомобиль» срок её проведения - с 15 апреля 2010 г. по 22 июня 2010 г., однако в самом рекламном сообщении этот срок не указан, только обращено внимание, что необходимо совершить покупку до 22 июня 2010 г. Цель акции – стимулирование потока покупателей продукции «Царь-продукт» в магазинах «Пятерочка» и повышение покупательского спроса.
Для того чтобы стать участником стимулирующего мероприятия необходимо до 22.06.2010 г. совершить покупку продукции «Царь-продукт» в магазинах «Пятерочка» на сумму от 150 рублей. При этом, покупатель получает чек, в котором необходимо указать свои фамилию и имя и контактный телефон. Розыгрыш призов состоится 26 июня 2010 г. на мясокомбината. Однако, источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения такого мероприятия отсутствует.
Статья 1 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. среди одной из целей настоящего Федерального закона закрепляет реализацию прав потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы.
Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (ст. 5 ФЗ «О рекламе).
В соответствии со ст. 9 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. 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.
Данный перечень действительно не является исчерпывающим, но все перечисленные сведения, в обязательном порядке должны быть указаны в рекламе о проведении стимулирующего мероприятия.
Довод представителя ООО «Навигатор» о том, что в ролике сообщалось о сроках окончания стимулирующего мероприятия («совершите до 22 июня покупку»), комиссией не принимается, так как данный срок является сроком покупки продукции, а не сроком стимулирующего мероприятия.
В соответствии с пунктом 15 части 3 статьи 5 Федерального закона «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.
Согласно письму ФАС России «О разъяснении некоторых положений Федерального закона «О рекламе» № АК/34209 от 01.10.2009 г., в силу п. 2 ст. 9 ФЗ РФ «О рекламе» в рекламе необходимо указывать источник таких сведений, при этом в рекламе должно содержаться указание на то, какие именно сведения можно получить при обращении к такому источнику, что содержится в указанном месте, по указанному адресу.
Такая позиция ФАС России основана в том числе и на судебной практики. Так, Арбитражный суд Краснодарского края в решении от 19.04.2007 г. по делу № А-32-3686/2007-19/84-18АЖ подчеркнул, что не соответствует действующему

законодательству доводы о том, что если прямо какая-либо информация не указана в рекламе, в соответствующем объявлении приводится источник информации (ВЕБ-сайт, телефон «горячей» линии), из которого любой участник стимулирующего мероприятия, при его желании, может подчеркнуть всю информацию, т.к. ФЗ РФ «О рекламе» предусмотрел наличие сведений об источнике информации об организаторе такого мероприятия, о правилах проведения мероприятия, количестве призов или выигрышей по результатам акции, сроках, порядке их получения.
В рассматриваемом рекламном материале сведений о том, кто является организатором стимулирующего мероприятия не содержится. Равно как и отсутствуют сведения о том, какие именно сведения можно получить при обращении к такому источнику информации, как телефон «горячей» линии и сайт. Следовательно, такие сведения (об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения) могут быть доведены до потребителя - потенциального участника стимулирующего мероприятия, рекламодателем иным способом (путем размещения в средствах массовой информации, на сайтах сети Интернет либо предоставления информации по конкретному адресу и т.п.).
При этом, рекламное законодательство не обязывает указывать в рекламе стимулирующего мероприятия полную информацию о стимулирующем мероприятии: информацию об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения, но обязывает указывать в рекламе источник данной информации, однако в спорном рекламном сообщении такая информация отсутствует.
В нарушение требований рекламного законодательства, рассматриваемая реклама не содержит:
1) информацию о сроках проведения стимулирующего мероприятия (с 15 апреля 2010 г. по 22 июня 2010 г.). При этом, из смысла пункта 1 статьи 9 ФЗ «О рекламе» следует, что в рекламе, сообщающей о стимулирующем мероприятии, должен указываться не только срок приобретения определенного товара, но и остальные сроки, характеризующие хронологию проведения стимулирующего мероприятия. В соответствии со ст. 190 Гражданского кодекса Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ установленный законом, иными правовыми актами, сделкой или назначаемый судом срок определяется календарной датой или истечением периода времени, который исчисляется годами, месяцами, неделями, днями или часами. Срок может определяться также указанием на событие, которое должно неизбежно наступить.
2) источник информации о правилах проведения такого мероприятия, о количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения, по которому потребители рекламы могут ознакомиться об этих условиях.
Сроки проведения стимулирующего мероприятия и источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения должны доводиться до потребителей рекламы полностью и непосредственно в тексте рекламного сообщения, чтобы потребитель мог ознакомиться со всеми условиями и правилами проведения стимулирующего мероприятия до принятия решения об участии в нём.
В соответствии с п. 6 статьи 38 ФЗ РФ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

рекламодатель и рекламораспространитель несут ответственность за нарушение требований, установленных, в том числе ст.9.

Указанная реклама является рекламой ненадлежащей, поскольку нарушены требования законодательства РФ о рекламе, предусмотренные ч. 7 ст.24 «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.
Согласно договору на оказание рекламных услуг № 20/09 от 24.03.2009 г. рекламодателем данной рекламы является ЗАО «Агро Инвест» (400075, г. Волгоград, ул. Историческая, д. 181), рекламораспространителем - ООО «Навигатор» (юридический адрес: 400131, г. Волгоград, ул. М.Балонина, 2а).

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, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 г. № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенная 20 июня 2010 года в эфире радио «Ретро-FM», поскольку в ней нарушены требования статьи 9 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления ФАС по Волгоградской области для возбуждения дела об административном правонарушении по ст. 14.3 КоАП РФ в отношении рекламодателя ЗАО «Агро Инвест» и рекламораспространителя ООО «Навигатор» ненадлежащей рекламы.