

РЕШЕНИЕ

06 декабря 2013 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Резолютивная часть решения объявлена 04 декабря 2013 года.

Комиссия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

<...>. – заместитель руководителя управления.

Члены Комиссии:

<...> – главный специалист-эксперт отдела контроля размещения государственного заказа, органов власти и рекламы,

<...> – ведущий специалист-эксперт отдела контроля размещения государственного заказа, органов власти и рекламы,

рассмотрев дело № 3-01/23-2013 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя А<...> (<...>., <...>, с. <...>, ул. <...>, д. <...>, ИНН <...>) по факту распространения в газете «Наш город Пенза» от 18 сентября 2013 года №38 (242) стр. 7 рекламы компании «ТиСН» о предоставлении скидок 20%, содержащей признаки нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе (далее – ФЗ «О рекламе»)),

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – индивидуального предпринимателя Агеева А.В.

УСТАНОВИЛА:

В рамках осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства о рекламе, отделом контроля размещения государственного заказа, органов власти и рекламы установлено следующее:

В газете «Наш город Пенза» от 18 сентября 2013 года №38 (242) стр. 7 размещена реклама компании «ТиСН» о предоставлении скидок 20%%, без указания срока действия данной акции.

Пензенским УФАС России определением от 16.10.2013 по факту распространения рекламы компании «ТиСН» о предоставлении скидок, размещенной в газете «Наш город Пенза» от 18 сентября 2013 года №38 (242) стр. 7, возбуждено дело № 3-01/23-2013 по признакам нарушения части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе». Рассмотрение дела назначено на 11.11.2013. В ходе рассмотрения дела Комиссией дело было отложено до 04.12.2013. К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечен индивидуальный предприниматель Агеев А.В.

На рассмотрении дела 04.12.2013 индивидуальный предприниматель А<...> пояснил, что данное нарушение допущено в связи с незнанием законодательства о рекламе.

Индивидуальный предприниматель А<...> представил копии следующих документов: копию выписки из ЕГРИП; копию свидетельства о поставке на учет физического лица в налоговом органе на территории РФ; копии договоров на установку изделий из ПВХ профиля за август-октябрь 2013 г., копии приказов о предоставлении скидки 20% за февраль-сентябрь 2013 г.

Изучив представленные документы, заслушав и исследовав доводы лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия пришла к следующему выводу:

Реклама, размещенная в газете «Наш город Пенза» от 18 сентября 2013 года №38 (242) стр. 7, имеет следующее содержание: «Окна ТиСН-. Остекление балконов и лоджий. Наружная отделка профлистом и сайдингом. Внутренняя отделка панелями ПВХ и МДФ с утеплением. Монтаж крыш на балконы. Установка жалюзи. Натяжные потолки. Установка пластиковых окон. Беспроцентная рассрочка на 3 мес. предоставляет ИП Агеев А.В. СКИДКА 20%. 98-48-39, 25-86-79 ул. Куйбышева, 10а».

В соответствии со статьёй 3 Федерального закона «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

- предназначаться для неопределенного круга лиц;
- привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;
- способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правонарушения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Информация с текстом: «Окна ТиСН-. Остекление балконов и лоджий. Наружная отделка профлистом и сайдингом. Внутренняя отделка панелями ПВХ и МДФ с утеплением. Монтаж крыш на балконы. Установка жалюзи. Натяжные потолки. Установка пластиковых окон. Беспроцентная рассрочка на 3 мес. предоставляет ИП Агеев А.В. СКИДКА 20%. 98-48-39, 25-86-79 ул. Куйбышева, 10а» содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; распространена в газете, преследует строго заданные цели информирования: продвижение оказываемых услуг (установка натяжных потолков), призвана формировать и поддерживать интерес к проводимой акции.

В рекламе содержится информация о том, что предоставляется скидка 20%, однако сроки по предоставлению скидок отсутствуют.

Целью рекламодателя всегда является демонстрация объекта рекламирования в самом лучшем свете. Он стремится привлечь и задержать внимание потребителя на той информации, которая должна отличать товар от аналогов, ставить его на порядок выше, путем рекламирования заманчивых предложений. В данном случае по предоставлению скидки.

Реклама содержит предложение, направленное на привлечение внимания потенциальных покупателей, заинтересованных в покупке рекламируемого товара на выгодных условиях, то есть - остекление балконов и лоджий, наружная отделка профлистом и сайдингом, внутренняя отделка панелями ПВХ и МДФ с утеплением, монтаж крыш на балконы, установка жалюзи, натяжные потолки, установка пластиковых окон – и все это со скидкой 20%.

Скидка – это акция, которая носит временной характер.

Информация «скидка 20%» без указания сроков данной акции может ввести потребителей рекламы в заблуждение относительно проведения данной акции.

В ходе рассмотрения дела установлено, что в соответствии с приказами: от 01.02.2013 № 1 скидка 20% предоставляется на период с февраля по апрель 2013 года, от 01.05.2013 № 4 скидка 20% предоставляется на период с мая по июль 2013 года, от 01.08.2013 № 7 скидка 20% предоставляется на период август-сентябрь 2013 г.

Таким образом, скидки устанавливаются на определенный период времени.

В соответствии с пунктом 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной.

В силу части 7 статьи 5 Федерального закона «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.

Из анализа приведенной нормы следует, что указание точных сроков проведения акции является одной из гарантий информационного права потребителей.

Материалами дела подтверждается, что вышеуказанная рекламная информация, размещенная в газете «Наш город Пенза» содержит предложение, направленное на привлечение внимания потенциальных покупателей, заинтересованных в покупке рекламируемых товаров на выгодных условиях, то есть со скидкой в 20%, однако в предложении нет существенной информации – указание точных сроков действия данной акции.

В случае отсутствия определенных сроков действия акции необходимо об этом указать в рекламе: определенный период или его постоянство, так как не указание данного срока вводит потребителей в заблуждение относительно срока, когда такой акцией можно воспользоваться.

Отсутствие в рекламе сведений о сроке предоставления скидок является нарушением части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», если рекламная акция носит не постоянный, а временный характер, а отсутствие такой существенной информации о сроке ее проведения искажает смысл информации и вводит потребителей рекламы в заблуждение относительно наличия у них неограниченного во времени права на скидку в случае выполнения условий акции.

Таким образом, в рекламе о проводимой акции компанией ТиСН, распространяемой в газете «Наш город Пенза» от 18 сентября 2013 года №38 (242) стр. 7, выявлены нарушения части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Рекламодателем вышеуказанной рекламы является индивидуальный предприниматель А<...> (<...>, <...>р-н, с. <...>, ул. <...>, д. <...>, ИНН <...>), что подтверждается договором от 11.02.2013 № 226 на оказание услуг по размещению рекламных материалов в газете «Наш город Пенза» с индивидуальным предпринимателем Букиной Инной Владимировной.

Учитывая вышеизложенное, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, Комиссия пришла к выводу, что индивидуальный предприниматель <...> нарушил требования части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В силу части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламоделами, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

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 от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующее содержание: «Окна ТиСН. Остекление балконов и лоджий. Наружная отделка профлистом и сайдингом. Внутренняя отделка панелями ПВХ и МДФ с утеплением. Монтаж крыш на балконы. Установка жалюзи. Натяжные потолки. Установка пластиковых окон. Беспроцентная рассрочка на 3 мес. предоставляет ИП Агеев А.В. СКИДКА 20%. 98-48-39, 25-86-79 ул. Куйбышева, 10а», размещенную в газете «Наш город Пенза» от 18 сентября 2013 года №38 (242) стр. 7, поскольку при ее распространении нарушены требования части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю А<...> (<...> обл., <...> р-н, с. <...>, ул. <...>, д. <...>, ИНН <...>) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 06 декабря 2013 года.

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