

РЕШЕНИЕ

по делу №93 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

17 ноября 2011 года

г. Ставрополь

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Ставропольскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Сапунов Д.Н. – председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;

Маскаева Н.В. – член комиссии, государственный инспектор отдела контроля за соблюдением рекламного законодательства и пресечения недобросовестной конкуренции,

Долидович Е.Е. - член комиссии, специалист-эксперт отдела контроля за соблюдением рекламного законодательства и пресечения недобросовестной конкуренции, рассмотрев дело №93 по признакам нарушения ИП <***> законодательства Российской Федерации о рекламе, по факту распространения рекламы, содержащей признаки нарушения части 7 статьи 5, статьи 9 и части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 №38 – ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителя ИП <***>, <***> (доверенность б/н от 10.11.11).

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного контроля за рекламной деятельностью хозяйствующих субъектов выявлены нарушения законодательства о рекламе.

Так, в журнале «Fashion club» (Специальный свадебный номер <...> /2 2011/2012 распространялся ряд рекламных объявлений в которых присутствуют признаки нарушения рекламного законодательства:

На стр.41 реклама салона красоты «Belle Femme», предлагающая посещение кабинетов косметологии, маникюра, педикюра, турбосолярия, выполнить татуаж и тату любой сложности. Новинка! Аппаратная фотоэпиляция, фотоомоложение, избавление от сосудистых звездочек, устранение проблем кожи и пигментных пятен. Получите консультацию специалиста. Специальное предложение - программа красоты для счастливых невест! Скидка 10%!

Вышеуказанное рекламное объявление содержит сведения о стимулирующем мероприятии без указания сроков проведения данного мероприятия.

На странице 87 реклама ресторано - гостиничного комплекса «Жемчужина», предлагающая для молодоженов, отмечающих свое торжество, - свадебный номер в подарок (независимо от суммы банкета).

Вышеуказанное рекламное объявление содержит сведения о стимулирующем мероприятии без указания сроков проведения данного мероприятия.

3. На странице 53 реклама имидж-студии чемпионки мира и Европы «Стимул» предлагающая эффективное лечение волос. Скидка невестам на ламинирование -

до 50%!

Вышеуказанное рекламное объявление содержит сведения о стимулирующем мероприятии без указания сроков проведения данного мероприятия. Кроме того, в рекламе отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре и при этом вводятся в заблуждение потребители рекламы

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.06 №38-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 частью 1 статьи 9 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. "О рекламе", в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующего мероприятия, должны быть указаны сроки проведения такого мероприятия.

В соответствии с частью 2 статьи 9 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.06 "О рекламе", в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующего мероприятия, должны быть указаны источник информации об организаторе такого мероприятия и о правилах его проведения.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.06 "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.

В соответствии с частью 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе", реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе", ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5 и статьёй 9 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе" несет рекламодатель.

На рассмотрении дела представитель ИП <***> пояснил, что салон красоты «Belle Femme» предоставляет скидки 10 % всем невестам, и данная акция носит бессрочный, постоянный характер. По другим фактам нарушения рекламного законодательства представитель пояснить ничего не мог.

Федеральный закон «О рекламе» четко гласит, что в рекламе о проведении стимулирующего мероприятия должны быть указаны сроки проведения данного мероприятия.

Одним из наиболее популярных способов увеличить количество клиентов и обеспечить тем самым положительную динамику объема продаж в последние годы стало проведение стимулирующих мероприятий. Исходя из смысла статьи 9 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе» к стимулирующим

мероприятиям можно отнести лотереи, конкурсы, игры, пари, вручение подарков, призов, снижение цен на товары, распродажи, скидки или иные подобные мероприятия, условием участия которых является приобретение определенного товара.

Объединяет эти мероприятия признак стимулирования. Это означает, что в правилах и условиях проведения таких кампаний присутствует причина, побуждающая человека принять в них участие. Как правило, это возможность получить какое-нибудь материальное благо, поощрение. В данном случае, это скидка на услуги салона красоты.

Следовательно, распространенная ИП <***> реклама является рекламой стимулирующего мероприятия.

Учредителем и издателем журнала «Fashion club» является индивидуальный предприниматель <***>.

Таким образом, ИП <***> допущены нарушения части 7 статьи 5, статьи 9 и части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе".

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, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ИП <***>, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, статьи 9 и части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 №38 – ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП <***> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ставропольского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении по статье 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 22.11.11. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.