

Р Е Ш Е Н И Е
по делу № 039-09/04 РЗ

14.04.2009 г.
Орел

г.

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

Председатель Комиссии – Бубенцова Л.Н. зам. руководителя управления;

Члены Комиссии – Тульская Л.И. специалист – эксперт;
– Бочков С.А., специалист 1 разряда

рассмотрев дело № 039-09/04 РЗ по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное по заявлению гр-на Кирьянова А.Н., по факту нарушения ООО «Доктор Столетов- Центр», статье 5, 9 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» в присутствии:

- заявителя гр-на Кирьянова А.Н.

представителей ООО «Доктор Столетов- Центр»:

- Дмитровского П.В. (доверенность № 07 от 14 апреля 2009 года)

- Солошенко В.Н. – директора Общества (решение участника Общества ООО «Фармаком» от 22 октября 2008 года)

УСТАНОВИЛА:

16.03.2009 года в адрес Управления Орловского УФАС России (вх. УФАС № 3) поступило заявление от гражданина Кирьянова А.Н. (проживающего по адресу: 302020, г. Орел, ул. Цветаева, д.5а, кв.12) в котором указывалось, что «...в аптеке №492 расположенной по адресу г. Орел, ул. Октябрьская, д.16/18 (ООО «Доктор Столетов-Центр») посредством двухсторонних рекламных листовок распространялись реклама следующего содержания:

На лицевой стороне листовки: *«Акция. Уважаемые покупатели! С 20 февраля по 15 марта 2009 года совершайте покупки на сумму от 1000 рублей и получите подарок* + праздничную упаковку! С 16 марта по 30 апреля 2009 года совершайте покупки на сумму 300 рублей и более, получите скидку от 2 до 15% на следующую покупку.*

**Количество подарков ограничено*

*** Скидки по акции действуют до 30.04.2009г. (включительно)*

**** Список аптек и подробные условия акции, уточняйте на нашем сайте*

www.stoletov.ru

На оборотной стороне листовки: *«Весна! Яркие эмоции! Подарки с 20 февраля по 15 марта. Скидки с 16 марта по 30 апреля»* (рекламная листовка имеется в материалах дела).

14 марта 2009 года заявитель совершил покупку лекарственных средств

на общую сумму 1262,56 руб., т.е. стал (исходя из условий указанных в рекламе) участником акции.

По окончании покупки (кассовый чек приложен к заявлению) он обратился к сотруднику аптеки, с целью получения (согласно условиям акции) подарка и праздничной упаковки. Сотрудник аптеки сообщил что, для того чтобы получить указанные подарки, необходимо дополнительно приобрести дополнительно лекарственные препараты, из перечня находящегося в аптеке, в частности препарат «Линекс» стоимостью 463 руб.»

По мнению заявителя, данная информация является рекламой по следующим основаниям:

В соответствии со статьей 3 Федерального Закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «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 Письмом Федеральной антимонопольной службы (органа, осуществляющего контроль в сфере рекламы) от 05.04.2007 г. N АЦ/4624 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. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

В соответствии с пунктами 2, 3, 15 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе» *недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения, в том числе:*

- о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара;

- об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока;

- 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.

Заявитель полагает, что из текста данной рекламы следует, что указанная акция является стимулирующим мероприятием.

В соответствии со статьей 9 Закона «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: сроки проведения такого мероприятия; источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Информация о количестве подарков по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения в рекламе отсутствовала.

Вместе с тем, на указанном в рекламе Интернет сайте (www.stoletov.ru), подробные условия акции отсутствовали. Заявителем приложены распечатки с сайта на 7 листах.

Гражданин Кирьянов А.Н. полагал, что распространение указанной рекламы противоречит требованиям пунктам 2,3, 15 части 3, части 7 статьи 5 и статьи 9 Закона «О рекламе», просил **дать правовую оценку указанной рекламы и решить вопрос о привлечении Общества к административной ответственности по ст. 14.3 КоАП РФ за нарушение требований действующего законодательства о рекламе.**

В соответствии с частью 7 статьи 5 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.

20 марта 2009 года по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ООО «Доктор Столетов-Центр» было возбуждено дело № 039-09/04РЗ и назначено рассмотрением на 14 апреля 2009 года

Определением о возбуждении дела № 034-09/04РЗ у ООО «Доктор Столетов-Центр» была запрошена информация, необходимая для рассмотрения дела по существу (перечень запрашиваемой информации приведен в определении о возбуждении дела № 039-09/04РЗ)

В установленный Управлением срок, ООО «Доктор Столетов - Центр» представило копии учредительных документов и объяснение, в котором пояснялось что «Общество действительно проводило акцию под названием «ВЕСНА! ЯРКИЕ ЭМОЦИИ!». С 20 февраля по 15 марта 2009года, совершая покупку в аптеке Общества единовременно на 1000 рублей и более, покупатель получает подарок, который вручается покупателю в аптеке

непосредственно после совершения такой покупки. В рамках проведения акции Общество использовало информационные листки, информирующие посетителей аптечных учреждений ООО «Доктор Столетов- Центр» о проводящейся акции. Кроме того, Общество не распространяло ложных, неточных или искаженных сведений. Информация об условиях акции, содержащаяся в информационных листах, соответствует условиям, утвержденным Приказом директора ООО «Доктор Столетов- Центр» от 09 февраля 2009 года № 9/1.

С 16 марта по 30 апреля 2009 года, покупатель, совершивший покупку на 300 рублей и более, получает право участвовать в акции – ему предлагается выбрать купон со скидкой из «пакета скидок», купоны дают право на скидку на следующую покупку от 2 до 15 %. Если у покупателя есть купон, но он не хочет им пользоваться, то покупка оформляется в обычном режиме.

В рамках поведения акции Общество использует листовки, информирующие посетителей аптечных учреждений ООО «Доктор Столетов - Центр» о проводящей акции. Изготовителем листовок является ООО «Альтерум коммуникативное агентство» (111116, г.Москва, Энергетический пр.3 стр.1).

Заявление сотрудника аптеки о том, что для получения подарка необходимо приобрести препарат «Линекс» стоимостью 463 руб, является личной инициативой этого сотрудника. Проводимая Обществом акция не содержит такого условия. В отношении сотрудника аптеки, совершенного данный проступок, проводится служебное расследование, а гражданину Кирьянову А.Н. от имени Общества принесены извинения и вручены причитающие ему подарки».

Кроме того, общество считает, что реклама акции «ВЕСНА! ЯРКИЕ ЭМОЦИИ!» полностью соответствуют требованиям статьи 9 закона «О рекламе», а именно:

- 1) условия акции утверждены Приказом директора ООО «Доктор Столетов- Центр» от 09 февраля 2009 года № 9/1.
- 2) более подробные условия акции вывешены в каждом аптечном учреждении, участвующем в акции, рядом с уголком потребителя. Также, при совершении покупок условия акции озвучиваются покупателям работникам аптечных учреждений.

Таким образом, каждый посетитель аптечного учреждения имеет возможность ознакомиться с подробными условиями акции «ВЕСНА! ЯРКИЕ ЭМОЦИИ!»

Сроки проведения мероприятия указаны непосредственно в рекламной листовке:

- информация об организаторе мероприятия содержится на сайте www.stoletov.ru, ссылка на который содержится в листовке

- правила проведения мероприятия, сведения о количестве подарков, сроках, месте и порядке их получения вывешены в каждом аптечном учреждении, участвующем в акции, рядом с уголком потребителя. Также при совершении покупок условия акции озвучиваются покупателям работниками аптечных учреждений.

Общество считает, что реклама акции «ВЕСНА! ЯРКИЕ ЭМОЦИИ!» содержит всю существенную информацию о рекламируемой акции, об условиях ее проведения, при этом смысл информации не искажается, потребители в заблуждение не вводятся.

14 апреля 2009 года в ходе рассмотрения дела № 039-09/04РЗ заявитель поддержал свои требования, изложенные в заявлении. Директор ООО «Доктор Столетов – Центр» Солошенко В.Н., пояснил, реклама была изготовлена Обществом и информация передана ООО «Альтерум коммуникативное агентство» для полного приведения в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Кроме того, все подробные условия акции были прописаны на сайте www.stoletov.ru.

Комиссия, рассмотрев представленные документы, имеющиеся в материалах дела, проанализировав нормативные и правовые акты, изучив судебную практику по данному вопросу, пришла к выводам о том, что доводы ООО «Доктор Столетов- Центр» об отсутствии в действиях Общества нарушения законодательства о рекламе не состоятельны, по следующим основаниям:

1. В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона «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 продвижения на рынке.

1.1 Факт того, что информация: *«Акция. Уважаемые покупатели! С 20 февраля по 15 марта 2009 года совершайте покупки на сумму от 1000 рублей и получите подарок* + праздничную упаковку! С 16 марта по 30 апреля 2009 года совершайте покупки на сумму 300 рублей и более, получите скидку от 2 до 15% на следующую покупку.*

**Количество подарков ограничено*

*** Скидки по акции действуют до 30.04.2009г. (включительно)*

**** Список аптек и подробные условия акции, уточняйте на нашем сайте www.stoletov.ru - является рекламой, стороной не отрицается.*

1.2. Реклама акции, распространяемая в аптечной сети ООО «Доктор Столетов - Центр» имела цель сформировать и поддержать интерес к объекту рекламирования стимулирующего мероприятия и способствовала

его реализации. В данном случае Заказчик (рекламодатель) приобретал (мог приобрести) дополнительные преимущества по сравнению с конкурентами, а именно Общество, проводя стимулирующую акцию «ВЕСНА! ЯРКИЕ ЭМОЦИИ!» и распространявшую рекламу о предоставлении скидок на лекарственные средства и вручение подарков привлекало внимание покупателей к своим аптечным сетям. В результате таких действий происходил (мог происходить) отток покупателей от конкурентов - других аптечных сетей, где акции не проходили. В связи с чем в аптечной сети ООО «Доктор Столетов- Центр» увеличился (мог увеличиться) товарооборот и соответственно прибыль.

2. Статьей 9 Закона «О рекламе» определено, что 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: источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

В комментарии к статье 9 Федерального закона № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года «О рекламе» (М.А. Спиридонова, правовая база «Кодекс») указано, **что стимулирующими мероприятиями в соответствии со статьей 9 Закона «О рекламе» являются лотереи, конкурсы и игры.**

Объединяет эти предприятия признак стимулирования. Это означает, что **в правилах и условиях проведения таких кампаний присутствует причина, побуждающая человека принять участие. Как правило, это возможность заполучить какое-нибудь материальное благо, поощрение.**

Совмещение процесса продажи с конкурсными стимулирующими условиями позволяют повысить их внимание к товару во время проведения конкурса. Поэтому, если для того, чтобы стать претендентом на приз, предлагается купить вещь. Реклама подвергается ограничениям.

Во-первых, в ней необходимо указывать сроки проведения стимулирующего мероприятия. Как правило, рекламная акция стартует гораздо раньше рекламируемого мероприятия. А иногда продолжается и после. Поэтому, чтобы потребитель информации не вводился в заблуждение, из рекламы должно следовать, в какой день оно (мероприятие) начнется и до какого момента будет длиться. Отсутствие указания на один из временных ограничителей может быть рассмотрено как нарушение правил распространения рекламы стимулирующих мероприятий.

Во-вторых, в рекламе должна информация об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения. То есть необходимо сообщить, где потенциальный участник сможет

ознакомиться с обязательной для предоставления потребителю информации и правилами участия.

Следующая обязательная информация, источник которой должен быть раскрыт в рекламе, - о правилах стимулирующего мероприятия - совокупность норм, которые устанавливают права и обязанности участников, регулируют ход мероприятия, критерии оценки победителя и иные условия, которые необходимо соблюдать, вступая в состязательный процесс. Непредставление информации о правилах ограничивает права возможных участников, не позволяет правильно оценить свои силы и ориентироваться в происходящем вокруг. Если лицо не ознакомилось с правилами по своей инициативе, это его выбор и решение. Организатор и рекламодатель обязаны обеспечить неограниченному количеству лиц, которые могут попасть в число призеров, равные права и возможности для полноценного участия в соревновании.

В рекламе должно быть сообщено о том, сколько человек могут рассчитывать на получение призов. Масштабы мероприятия, затраты на участие в нем в идеале должны соответствовать шансам на удачу. По крайней мере, участники должны быть поставлены в известность об этих цифрах, чтобы самим их оценить. Кроме того, указание определенного числа призов в приглашающих слоганах служит гарантией того, что не менее заявленного количества их можно будет потребовать от организатора в случае возникновения равноправных претендентов на выигрыш.

С правом потребителя участвовать в розыгрыше корреспондирует обязанность организатора допустить выполнившего все условия человека к игре. Праву выиграть - обязанность признать победителем достигшего требуемых результатов. Факт победы предполагает право забрать приз и обязанность организатора его отдать по требованию победителя. Отсутствие информации о месте и времени получения выигрыша является препятствием к осуществлению законных прав потребителя, отказ от надлежащего исполнения своих обязательств по договору организатором. Поэтому Закон прямо требует обеспечения потребителей информацией, которая необходима для реализации предоставленных возможностей. В рекламе должен быть указан источник информации о сроках, месте и порядке получения (например, что должен предъявить призер, какие документы заполнить) призов и выигрышей.

6. Аналогичная позиция - о том, что в рекламе стимулирующего мероприятия должна присутствовать существенная для потребителя информация, предусмотренная статьей 9 Закона «О рекламе», а именно: о правилах проведения стимулирующего мероприятия, месте, сроках, условиях и порядке получения призов или выигрышей, подтверждается имеющейся судебной практикой:

- Постановлением Федерального Арбитражного суда Уральского округа от 27.06.2007г. № Ф09-4826/07-С1 № А34-582/07;

- Постановлением Федерального Арбитражного суда Северо - Кавказского округа от 11.07.2007г. № Ф08-4226/2007-1674А по делу № А32-3686/2007-19/84-18АЖ.

7. Рекламная информация, распространявшаяся в аптечной сети ООО «Доктор Столетов - Центр», предлагала принять участие в акции в период с 20 февраля по 15 марта 2009 года и при покупке на сумму от 1000 рублей получить подарок + праздничную упаковку! А также в период с 16 марта по 30 апреля 2009 года при покупке на сумму 300 рублей и более, получить скидку от 2 до 15% на следующую покупку.

В соответствии со статьей 9 Закона «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: сроки проведения такого мероприятия; источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Информация о количестве подарков по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения в рекламе отсутствовала. Кроме того, в рекламе имелась ссылка на сайт www.stoletov.ru, где можно было узнать всю подробную информация о стимулирующем мероприятии.

Таким образом, Общество подготовив рекламный материал с стимулирующем мероприятии без информации, предусмотренной статьей 9 Федерального Закона, а именно не указав **информацию о правилах проведения лотереи, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках и порядке их получения**, нарушило требования законодательства Российской Федерации о рекламе.

Сотрудник аптеки № 492 входящей в сеть ООО «Доктор Столетов - Центр» представил заявителю недостоверную информацию о правилах стимулирующего мероприятия, в результате чего потребитель не получил своевременно причитающийся ему по итогам акции подарок + праздничную упаковку.

В соответствии с частью 3 статьи 5 Закона «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения, в отношении проведения стимулирующего мероприятия, в том числе о количестве призов или выигрышей по его результатам, о месте и порядке их получения.

Таким образом, информация изложенная в рекламе противоречила

действительным условиям акции, т.е. являлась недостоверной.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Закона «О рекламе», недостоверной признается 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 со статьей 3 Закона «О рекламе» ненадлежащая реклама это реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Рекламная информация о стимулирующем мероприятии распространяемая ООО «Доктор Столетов - Центр», в аптечной сети противоречила требованиям частям 3, 7 статьи 5 и части 2 статьи 9 Закона «О рекламе», **т.е являлась ненадлежащей.**

На основании изложенного и руководствуясь пунктом 1 части 2 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 Российской Федерации от 17 августа 2006 г. № 508 Комиссия

Р Е Ш И Л А:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространявшуюся в аптечной сети ООО «Доктор Столетов- Центр» поскольку в рекламе были нарушены требования статьи 5, пункта 2 статьи 9 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Доктор Столетов - Центр» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Орловского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

Л.Н.

Бубенцова

Члены Комиссии

Л.И.Тульская

С.А.

Бочков

ПРЕДПИСАНИЕ

**о прекращении нарушения законодательства
Российской Федерации по делу № 039-09/04 РЗ о рекламе**

14.04.2009 года

Г

Орел

Комиссия Орловского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии: - Бубенцова Л.Н. – зам. руководителя управления;

Члены Комиссии: - Тульская Л.И. – специалист-эксперт;
- Бочков С.А. – специалист 1 разряда.

на основании своего решения от 14.04.2009 года по делу № 039-09/04 РЗ о признании ненадлежащей рекламы стимулирующего мероприятия распространяемой ООО «Доктор Столетов- Центр», без информации предусмотренной частью 2 статьи 9 и с нарушением частей 3, 7 статьи 5 Закона «О рекламе», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ :

1. ООО «Доктор Столетов - Центр» в срок до 30.04.2009 года прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно прекратить распространять любыми способами рекламу стимулирующих мероприятий, противоречащую частям 3, 7 статьи 5 и части 2 статьи 9 Закона «О рекламе».

2. ООО «Доктор Столетов - Центр» представить в Орловское УФАС России документы, подтверждающие исполнение пункта 1 настоящего предписания **до 05.05.2009 года.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе антимонопольного органа Орловское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от пятидесяти до ста минимальных размеров оплаты труда; на юридических лиц - от двух тысяч до пяти тысяч минимальных размеров оплаты труда.

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

Председатель Комиссии:
Л.Н.

Бубенцова

Члены Комиссии:

Тульская

Л.И.

С.А.

БОЧКОВ