

РЕШЕНИЕ

по делу № 14-03-9-02/70

31 марта 2014 г.

г. Волгоград

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

Председатель Комиссии – заместитель руководителя Управления –
– Никуйко Ирина Борисовна,
Члены Комиссии – заместитель начальника отдела – Алимова Елена
Владимировна,
– государственный инспектор – Демичева Ксения
Александровна,

рассмотрев дело № 14-03-9-02/70 по признакам нарушения ст. 9 ФЗ РФ от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (ФЗ «О рекламе»), возбужденное в отношении ООО «Манхэттен Девелопмент» (г. Волгоград, ...),

с участием представителя от ООО «Манхэттен Девелопмент» - ...

УСТАНОВИЛА:

В рамках осуществления надзора за соблюдением законодательства РФ о рекламе специалистами Волгоградского УФАС России было выявлено размещение в холле ТРК «Парк Хаус» (г. Волгоград, б-р 30-летия Победы, 21; над центральным траволатором галереи 0 этажа, на подвесных баннерах) рекламы следующего содержания: 1. «Парк Хаус. С заботой о тебе. Попади в десятку. Выиграй год ярких эмоций. Каждую субботу в 12.00 10 участников проекта выигрывают по 10 000 рублей. * При предъявлении чека на сумму от 1000 рублей. Телефон инфослужбы 48-48-48...» 2. «Парк Хаус. С заботой о тебе. Выиграй год ярких эмоций. Что такое год ярких эмоций? Сертификаты на покупку товаров в молле «Парк Хаус», Тур выходного дня, Ювелирные украшения...» 3. «Парк Хаус. С заботой о тебе. 21 декабря! Нам 10 лет! Выиграй год ярких эмоций! С 12.00 до 22.00 грандиозный праздник!» (см. акт мониторинга от 24.11.2013г. № 84-р).

В соответствии с п.1 ст. 3 ФЗ «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 продвижение на рынке.

Рассматриваемая информация является рекламой, поскольку отвечает всем квалифицирующим признакам, предусмотренным п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе». Объектом рекламирования выступает не только ТРК «Парк Хаус» («Парк Хаус. С заботой о тебе», «Суперскидки и подарки в магазинах молла»), но и стимулирующее мероприятие, приуроченное к десятилетию торгово-развлекательного комплекса («Год ярких эмоций»).

Согласно предоставленных ООО «Манхэттен Девелопмент» сведений (см. письмо от 23.12.2013г. № 77б) организатором мероприятия «Год ярких эмоций» является ООО «Манхэттен Девелопмент». Мероприятие проводилось на территории мола Парк Хаус, г. Волгоград в период с 21.11.2013г. по 21.12.2013г. Согласно полученных в рамках рассмотрения дела № 13-03-21-02/320 по признакам нарушения законодательства о рекламе сведений, ООО «Манхэттен Девелопмент» является также собственником недвижимого имущества – ТРК «Парк Хаус».

Условиями проведения мероприятия «Год ярких эмоций» в п. 12 предусмотрено, что лица, желающие получить приз от организатора мероприятия, приобретают любые товары в магазинах мола на сумму от 1000 руб. и рассказывает историю о самой яркой эмоции за последнее десятилетие. После этого участнику выдается пригласительный билет, по которому можно получить приз. Решение о победителях конкурса принимается по результатам рассмотрения Комиссией историй о ярких эмоциях в жизни участников.

Рекламируемое мероприятие «Год ярких эмоций» является стимулирующим, а его реклама должна соответствовать требованиям ст. 9 ФЗ «О рекламе».

Согласно ст. 9 ФЗ «О рекламе» реклама, сообщающая о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должна содержать указания о:

- 1) сроках проведения такого мероприятия;
- 2) источнике информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Такая информация в нарушение ст. 9 ФЗ «О рекламе» не присутствует в рассматриваемой рекламе.

Кроме того, изучив информационные буклеты, распространяемые в ноябре 2013г. в рамках рекламной кампании «Год ярких эмоций»: «Парк Хаус. С заботой о тебе. 21 декабря! 10. Выиграй год ярких эмоций! Грандиозный праздник с 12.00 до 22.00! Подарки и сюрпризы! Торт на 100кг! Суперскидки до 70% с 18:00 до 22:00! В 22:00 салют в честь именинника!», было также выявлено отсутствие в них сведений, предусмотренных подп. 2 ст. 9 ФЗ «О рекламе», а именно источнике информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

По признакам нарушения ст. 9 ФЗ «О рекламе» в отношении ООО «Манхэттен Девелопмент» было возбуждено дело № 14-03-9-02/70.

ООО «Манхэттен Девелопмент» представило письменные объяснения по рассматриваемым Комиссией Волгоградского УФАС России обстоятельствам, указав на то, что в силу ст. 24.5 КоАП РФ производство по делу подлежит прекращению в связи с отсутствием в действиях Общества нарушений ФЗ «О рекламе». В обоснование представлены следующие доводы:

- с целью информирования потребителей о мероприятии, проводимом в ТРК «Парк Хаус» «Год ярких эмоций» ООО «Манхэттен Девелопмент» была организована рекламная кампания, в рамках которой был предусмотрен комплекс источников информирования:

реклама на радио, реклама на билбордах, информация на сайтах, в социальных сетях. В самом ТРК «Парк Хаус» были размещены флаги-баннеры, информационные буклеты, осуществлялось информирование через информационную службу комплекса,

- с учетом изложенного, в совокупности до потребителей был донесен весь объем необходимой и требуемой информации о мероприятии,

- в п. 27 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано на то, что судам следует учитывать, что ст. 9 ФЗ «О рекламе» обязывает рекламодателя сообщать не саму информацию об организаторе стимулирующего мероприятия и т.д., а источник такой информации,

- на всех носителях были сделаны ссылки на телефон инфо-службы и сайт, который содержит регламент мероприятия. Каждый участник акции, проходивший регистрацию на участие в конкурсе, был ознакомлен с правилами и условиями проведения мероприятия. В доказательство последнего к материалам дела были приобщены копии листов реестра.

Изучив материалы дела, выслушав доводы представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения ФЗ «О рекламе», Комиссия Волгоградского УФАС России установила следующее.

Дело № 14-03-9-02/70 было возбуждено по признакам нарушения ФЗ «О рекламе». Нормы Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях производство по делу в рассматриваемом случае не регламентируют.

Территориальный антимонопольный орган Федеральной антимонопольной службы, осуществляющий контроль за соблюдением законодательства о рекламе, руководствуется в своей деятельности Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508.

В соответствии с п. 27 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» нормы [статьи 9](#) ФЗ «О рекламе» применяются к стимулирующим мероприятиям, условием участия в которых является приобретение определенного товара и которые проводятся на конкурсной основе с розыгрышем призов или получением выигрышей.

Как было указано, с учетом п. 12 Условий проведения мероприятия «Год ярких эмоций», мероприятие, проводившееся ООО «Манхэттен Девелопмент», относится к стимулирующему. Условиями проведения мероприятия в п. 10 также предусмотрено, что информирование потребителей о сроках и правилах проведения мероприятия осуществляется через сайты в сети Интернет, через флаги-баннеры, через информационные буклеты и т.д.

Возбуждая дело № 14-03-9-02/70, Волгоградское УФАС России указывало на отсутствие информации, предусмотренной подп. 1-2 ст. 9 ФЗ «О рекламе», не предъявляя требования обязательного указания в рекламе на организатора акции и/или условия, правила проведения мероприятия.

Ролики на радио, билборды, флаги-баннеры, информационные буклеты представляют собой способы (форму, средства) распространения рекламы. При этом, в каждом случае, привлекая внимание к объекту рекламирования, реклама должна соответствовать обязательным требованиям ФЗ «О рекламе», в рассматриваемой ситуации - ст. 9 данного нормативного правового акта.

Комиссия считает необходимым отметить, что представленный в материалы дела оригинал – макет размещения наружной рекламы стимулирующего мероприятия «Год ярких эмоций» содержит информацию об источнике сведений информации об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения. Однако такие обязательные сведения, предусмотренное подп. 1 ст.9 ФЗ «О рекламе», как указание на сроки проведения такого мероприятия, в наружной рекламе отсутствовали (см.также представленный фотоотчет размещения наружной рекламы).

Реклама стимулирующего мероприятия «Год ярких эмоций», распространявшаяся посредством подвесных флагов, размещенных в ТРК«Парк Хаус» не содержала ни сведений о сроках проведения, ни информацию об источнике сведений информации об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

На рекламных буклетах (последняя страница) размещены только сведения о телефоне инфослужбы и сайте www.facebook.com.

Однако данная контактная информация (телефон и интернет-сайт) не указана в качестве ссылки (источника) для получения информации об организаторе такого мероприятия, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения,

Согласно разъяснений ФАС России № АК/34209 от 01.10.2009г. «О разъяснении некоторых положений ФЗ «О рекламе» 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.

Данные разъяснения нашли свое подтверждение в судебной практике Арбитражных судов (дело № А-32-3686/2007-19/84-18АЖ; постановление ФАС Поволжского округа по делу № А12-31432/2012), согласно которой не соответствуют действующему законодательству доводы о том, что если прямо какая-либо информация не указана в рекламе, а 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 рассматриваемой ситуации рекламодателем и рекламораспространителем рекламы мероприятия «Год ярких эмоций» выступало ООО «Манхэттен Девелопмент» (г. Волгоград...).

В соответствии с п. 4 ст. 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Нарушение рекламодателями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе в силу ч. 4 ст. 38 ФЗ «О рекламе» влечёт за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с п. 6-7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение ст. 9 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель и рекламодатель и рекламодатель и рекламодатель.

Рассматриваемая Комиссией Волгоградского УФАС России реклама «Год ярких эмоций» на момент рассмотрения дела не распространяется, сроки проведения стимулирующего мероприятия истекли.

В связи с изложенным основания для выдачи предписания – отсутствуют.

Руководствуясь п.2 ч.1 ст.33, ч.1 ст.36 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 рекламу:

- «Парк Хаус. С заботой о тебе. Попади в десятку. Выиграй год ярких эмоций. Каждую субботу в 12.00 10 участников проекта выигрывают по 10 000 рублей. * При предъявлении чека на сумму от 1000 рублей. Телефон инфослужбы 48-48-48...» 2. «Парк Хаус. С заботой о тебе. Выиграй год ярких эмоций. Что такое год ярких эмоций? Сертификаты на покупку товаров в моле «Парк Хаус», Тур выходного дня, Ювелирные украшения...» 3. «Парк Хаус. С заботой о тебе. 21 декабря! Нам 10 лет! Выиграй год ярких эмоций! С 12.00 до 22.00 грандиозный праздник!», распространявшуюся на территории ТРК «Парк Хаус» 2013г.на подвесных конструкциях – флаги, ненадлежащей, нарушающей требования ст. 9 Федерального закона Российской Федерации от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

- рекламу на информационных буклетах, распространяемых в ноябре 2013г. в рамках рекламной кампании «Год ярких эмоций»: «Парк Хаус. С заботой о тебе. 21 декабря! 10. Выиграй год ярких эмоций! Грандиозный праздник с 12.00 до 22.00!..», ненадлежащей, нарушающей требования подп. 2 ст. 9 Федерального закона Российской Федерации от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе отсутствуют.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Волгоградского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении.

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