

РЕШЕНИЕ

по делу № 017/05/9-29/2019

03 февраля 2020 года
Кызыл

г.

Резолютивная часть решения объявлена 30 января 2020 года

Решение изготовлено в полном объеме 03 февраля 2020 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Тыва (далее - Тывинское УФАС России) по рассмотрению дела № 017/05/9-29/2019 по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

"..." – руководитель Тывинского УФАС России,

Члены Комиссии:

"..." – начальник отдела антимонопольного контроля и рекламы Тывинского УФАС России;

"..." – специалист – эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы Тывинского УФАС России;

в отсутствие надлежащим образом извещенного законного представителя Общества с ограниченной ответственностью «Х» (почтовое уведомление с идентификатором 80089142712015), в присутствии представителя В"...", доверенность от "... года,

рассмотрев дело 017/05/9-29/2019, возбужденное в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Х» (ИНН "...", ОГРН "...", юридический адрес: "..."), по признакам нарушения требований части 7 статьи 5, статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В целях осуществления государственной функции по контролю за соблюдением законодательства о рекламе, Тывинским УФАС России проведен мониторинг наружной рекламы, распространяемой на территории г. Кызыла на предмет соответствия требованиям Закона о рекламе, по результатам которого, выявлено распространение рекламы в г. Кызыл на буклете в виде каталога следующего содержания:

«Хозмаркет; товары для дома и быта; белектер ойнадыышкынны Декабрь 14 те 15.00 шакта; Кызыл хоорай, Ленина, 28; Товары по шок-цене продаются не более одного в руки. vk.com/khakascosmetica; @khakascosmetik; каждому покупателю подарок при покупке на сумму от 300 рублей; спецпредложение 4999 р жк-телевизор диагональ 24(61см); ойнадыышкынга киржиринге: хозмаркет садыындан декабрь 12 ден 14 тун хунунге чедир 500 рубка садып алыышкынны кылыр®500 рубка саттыган купоннуг чекти долдургаш тускай хааржакче сугар®ойнадыышкынче декабрь 14-те 15.00 шакта келир; ойнадыышкын чыглып алган улус аразынга болур; ортектер чугле декабрь айнын 12-тен 14-га чедир хуусаалыг болур. Барааннарнын даштыкы хевири каталогта коргустпунгенинден бичии ылгалдыг болуп болур», с указанием в том числе фотоизображений товаров, их описанием и цен.

По результатам мониторинга Тывинским УФАС России составлен акт от 12.12.2019 года.

По данному факту определением Тывинского УФАС России от 17.12.2019 года возбуждено дело № 017/05/9-29/2019 в отношении ООО «Х» по признакам нарушения части 7 статьи 5, статьи 9 Закона о рекламе.

Определением от 17.12.2019 года от ООО «Х» были запрошены документы и сведения по факту распространения рассматриваемой

рекламы.

В адрес Тывинского УФАС России 26.12.2019 года (вх. № 5989) от ООО «Х» поступили копии следующих документов: договор аренды нежилого помещения, устав, ИНН, ОГРН, приказ о приеме работника на работу от "... года № 12, трудовой договор № 12 от "... года, заявка на изготовление дизайна макета и полиграфической продукции от "... года, договор на оказание маркетинговых услуг от "... года, договор по изготовлению буклетов от "... года № "..., счет на оплату № "... от "... года, товарная накладная от 03.12.2019 года № 1121.

Кроме этого, 26.12.2019 года в ходе рассмотрения дела № 017/05/9-29/2019 представитель ООО «Х» В"... устно пояснил, что поскольку Общество начало предпринимательскую деятельность относительно не давно, рассматриваемая реклама была распространена для привлечения внимания жителей г. Кызыла Республики Тыва, при этом, Общество не имело умысла ущемить чьи-то права, напротив, действовало в благих целях. В настоящее время, данная реклама более не распространяется.

Вместе с тем, определением от 30.12.2019 года Комиссия Тывинского УФАС России отложила рассмотрение дела № 017/05/9-29/2019 до 11 часов 00 минут 28.01.2020 года, в связи с необходимостью получения информации о переводе текста рекламы с тывинского языка на русский язык.

Поскольку запрошенная информация в адрес управления до 11 часов 00 минут 28.01.2020 года от Института развития национальной школы не поступила, в связи с чем Комиссии Тывинского УФАС России объявила перерыв в рассмотрении дела до 11 часов 30 минут 30.01.2020 года.

В адрес Тывинского УФАС России 28.01.2020 года (вх. № 367) Институтом развития национальной школы был представлен перевод текста рассматриваемой рекламы, выполненный старшим методистом, заместителем директора института "...".

Комиссия Тывинского УФАС России, исследовав материалы дела № 017/05/9-2019, представленные документы, рассмотрев письменные и устные пояснения представителя лица, участвующего в рассмотрении дела, приходит к следующим выводам.

Статья 3 Закона о рекламе, понимает под рекламой информацию, распространенную любым способом, в любой форме и с

использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Под объектом рекламирования подразумевается 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.

Вышеназванная информация содержит все признаки рекламы:

- распространена с использованием рекламном буклета в виде каталога;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- объектом рекламирования являются розыгрыш телевизора и иных подарков, а также товаров «Хозмаркет» на которые 12, 13, 14 декабря действуют специальные цены.

Текст вышеуказанной рекламы направлен на привлечение внимания неопределенного круга лиц к объекту рекламирования, и повышение мотивации потребителя рекламы к тому, чтобы воспользоваться предложенной услугой – приобрести товары в магазине «Хозмаркет».

[Частью 1 статьи 5](#) Закона о рекламе установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, а также об изготовителе (продавце) такого товара.

[Статьей 9](#) Закона о рекламе установлено, что в рекламе, сообщающей о проведении 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.

В [пункте 27](#) Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что нормы [статьи 9](#) Закона 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.

Таким образом, для признания рекламы стимулирующим мероприятием необходимо установить такой признак как выполнение его участником обязательного условия - приобретения определенного товара.

В рассматриваемой рекламе сообщается, что для того, чтобы принять участие в розыгрыше главного приза (телевизор) и иных призов необходимо совершить покупку товара на сумму от 500 рублей в магазине «Х» с 12 по 14 декабря, опустить в специальный ящик чек о покупке, розыгрыш призов будет проведен 14 декабря 15 часов среди присутствующих на розыгрыше лиц.

В рекламе присутствует признак стимулирования, то есть в правилах и условиях проведения такого мероприятия присутствует причина – купить товар на сумму от 500 рублей в магазине «Хозмаркет» с 12 по 14 декабря, побуждающая человека принять участие, возможность получить материальное благо, поощрение (ценные призы).

При этом, в рассматриваемой рекламе отсутствует следующая информация обязательная в силу [статьи 9](#) Закона о рекламе: источник информации об организаторе розыгрыша, количество призов или выигрышей, порядок их получения.

ООО «Х» в материалы дела № 017/05/9-29/2019 указанная выше информация, отсутствующая в рассматриваемой рекламе, не представлена.

Согласно [части 11 статьи 5](#) Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе

требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Согласно [пункту 10 части 1 статьи 3](#) Федерального закона от 01.06.2005 года № 53-ФЗ «О государственном языке в Российской Федерации» (далее – Закона о государственном языке) государственный язык Российской Федерации (русский язык) подлежит обязательному использованию в рекламе.

Согласно [части 1 статьи 2](#) Закона Республики Тыва от 31.12.2003 № 462 ВХ-1 «О языках в Республике Тыва» государственными языками Республики Тыва являются тувинский и русский языки.

В случаях использования в сферах, указанных в [части 1 названной статьи](#), наряду с государственным языком Российской Федерации государственного языка республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языков народов Российской Федерации или иностранного языка тексты на русском языке и на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языках народов Российской Федерации или иностранном языке, если иное не установлено законодательством Российской Федерации, должны быть идентичными по содержанию и техническому оформлению, выполнены разборчиво, звуковая информация (в том числе в аудио- и аудиовизуальных материалах, теле- и радиопрограммах) на русском языке и указанная информация на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языках народов Российской Федерации или иностранном языке, если иное не установлено законодательством Российской Федерации, также должна быть идентичной по содержанию, звучанию и способам передачи ([часть 2 статьи 3](#) Закона о государственном языке).

Таким образом, [частью 2 статьи 3](#) Закона о государственном языке в Российской Федерации указан порядок использования в рекламе текстов наряду с государственным языком Российской Федерации государственного языка республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языков народов Российской Федерации или иностранного языка. В силу данной нормы, в рекламе допускается использование государственного языка республики, находящейся в составе Российской Федерации и выражений, если одновременно в рекламе присутствует их идентичный перевод на русский язык. При этом перевод должен в полной мере отражать

смысловое содержание текста на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языков народов Российской Федерации или иностранном языке, а также должен быть выполнен в той же манере, что и текст на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языков народов Российской Федерации или иностранном языке.

Вместе с тем, в нарушение вышеизложенного в тексте рассматриваемой рекламы сообщение об объявлении розыгрыша выполнено только на тувинском языке без перевода на русский язык.

Согласно представленного в материалы дела № 017/05/9-29/2019 перевода текста рекламы, выполненного на тувинском языке следует, что реклама ООО «Х» содержит следующую информацию: «Розыгрыш подарков; самый главный подарок; 14 декабря в 15.00 г. Кызыл, Ленина, 28; только 12 декабря; только 13 декабря; только 14 декабря; Условия участия в розыгрыше: совершить покупку в магазине хозмаркета с 12 по 14 декабря на сумму до 500 руб., заполнить чек с купоном о совершении покупки на 500 руб. и поместить его в специальный ящик, прийти на розыгрыш 14 декабря в 15.00 час., розыгрыш проводится среди собравшихся участников, цены действительны на срок с 12 по 14 декабря. Количество товаров ограничено, не является публичной офертой. Внешний вид товаров может незначительно отличаться от изображений в каталоге».

В свою очередь, в силу [части 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.

Указанная норма принята в интересах потребителя, с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемой услуге.

Согласно [пункту 28](#) Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые [Законом](#) о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий

оказания услуг. Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования ([часть 7 статьи 5 Закона о рекламе](#)). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

В рассматриваемой рекламе информация об условиях участия в розыгрыше выполненная на тувинском языке, не позволяет всем потребителям воспринимать все сведения об условиях предоставляемой услуги, и, следовательно, не может рассматриваться как их фактическое наличие.

Поскольку в рекламе указана информация о проведении розыгрыша, которая направлена на формирование у потребителя желания ею воспользоваться, то существенной является также подробная информация, относящаяся к данному розыгрышу.

Таким образом, отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о розыгрыше, а также отсутствие перевода текста рекламы на русский язык приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым розыгрышем, что является нарушением [части 7 статьи 5, статьи 9 Закона о рекламе](#).

Факт распространения рекламы нарушающей требования части 7 статьи 5, статьи 9 Закона о рекламе подтвержден материалами дела и не оспаривается представителем Общества.

В соответствии с [частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе](#) ответственность за нарушение требований части 7 статьи 5, [статьи 9](#) данного закона несут рекламодатель и рекламораспространитель.

Законом о рекламе определены понятия «рекламодатель», «рекламораспространитель» и «рекламопроизводитель». В соответствии с пунктами 5 - 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы

лицо; рекламопроизводитель – это лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель – это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рассматриваемая реклама содержит информацию о товарах торгового объекта с коммерческим наименованием «Х», то есть объектом рекламы, на привлечение внимания и продвижение услуг которой направлена реклама является конкретный магазин «Х».

Таким образом, размещение и распространение рекламы осуществлено именно в интересах ООО «Х».

Согласно выписке из Единого государственного реестра юридических лиц основным видом предпринимательской деятельности ООО «Х» является торговля розничная прочая в неспециализированных магазинах.

Таким образом, рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО «Х», действия которого привели к нарушениям требований части 7 статьи 5, статьи 9 Закона о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «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 17.08.2006 года № 508, Комиссия Тывинского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу стимулирующего мероприятия магазина «Х» о розыгрыше подарков, распространяющуюся на буклетах в виде каталога на территории г. Кызыла, ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 5, статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».
2. В связи с добровольным устранением нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе предписание Обществу с ограниченной ответственностью «Х» не выдавать.

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

Председатель Комиссии

"..."

Члены Комиссии

"..."

"..."

Согласно статьи 37 Закона о рекламе решение может быть оспорено в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения.