

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 3-01/19-2016

ября 2016 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

лютивная часть решения объявлена 16 ноября 2016 года.

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

Председатель Комиссии:

– заместитель руководителя управления.

Члены Комиссии:

– начальник отдела контроля органов власти и рекламы,

- главный специалист-эксперт отдела контроля органов власти и рекламы,

рассмотрев дело № 3-01/19-2016 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное в отношении гр-ки С<...> (паспорт <...> в связи с фактом распространения в газете «ПРО город Пенза» от 30.07.2016 № 30 (308) стр. 5 информации о проведении розыгрыша, содержащей признаки нарушения части 7 статьи 5; части 9 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 – гр-ки С<...>.

УСТАНОВИЛА:

в ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области установлен факт распространения в газете «ПРО город Пенза» рекламы о проведении розыгрыша ООО МФО «Просто Займы» с нарушением законодательства о рекламе.

в соответствии с определением Пензенским УФАС России от 30.08.2016 по факту распространения в газете «ПРО город Пенза» рекламы о проведении розыгрыша ООО МФО «Просто Займы» возбуждено дело № 3-01/19-2016 по признакам нарушения части 7 статьи 5; статьи 9 ФЗ «О рекламе» в отношении ООО МФО «Просто Займы» (г. Пенза, ул. Свердлова, 4А; ИНН). В соответствии с определением от 31.10.2016 ненадлежащий ответчик ООО МФО «Просто Займы» привлечен на надлежащего ответчика гр-ку С<...> Рассмотрение дела назначено на 16.11.2016. К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечена гр-ка С<...>

исъменных пояснений ООО МФО «Просто Займы» (от 12.09.2016 вх. №3208) следует, рекламодателем рассматриваемой рекламы является гр-ка С<...>, на основании вора от 25.07.2016 №1849, заключенного с ИП К<...> (рекламораспространитель) наещение рекламы в газете «ПРО город Пенза».

ый факт в ходе заседания Комиссии гр-ка С<...> подтвердила, факт нарушения одательства о рекламе не отрицается.

ав представленные документы, заслушав пояснения лиц, участвующих в ототрении дела, Комиссия пришла к следующему выводу.

ете «ПРО город Пенза» от 30.07.2016 № 30 (308) стр. 5 размещена статья рекламного иктера «Займ под 1 процент? * Возможно!».

ламе содержится информация: «...Все, кто успеет взять займ в период действия и – с 1 августа 2016 года до 22 августа 2016 года, - после погашения займа могут о участником розыгрыша ценных призов, который состоится этой осенью.».

ответствии со статьёй 3 Федерального закона «О рекламе» рекламой является ормация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием их средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на лчение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание эса к нему и его продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования мается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, льтаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение ания к которым направлена реклама.

ли словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять ,ующим условиям, а именно:

дзначаться для неопределенного круга лиц;

злекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

обствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке (т.е. ожность купить товар или воспользоваться услугой).

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

асно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», объект рекламирования – товар, средства видуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец ра, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе тивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, и), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

ормация о проведении розыгрыша ООО МФО «Просто Займы», ространяющаяся в газете «ПРО город Пенза», содержит все определяющие овые признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и ить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного

а лиц (потенциальным клиентам-заемщикам); преследует строго заданные цели умиротворения: формирует и поддерживает интерес к объектам рекламирования (к получению займа и розыгрышу ценных призов) и способствует их продвижению на рынке аналогичных товаров (услуг), следовательно, является рекламой.

В соответствии со статьей 9 ФЗ «О рекламе» в рекламе, сообщающей о проведении акции, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее – стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

1. Даты проведения такого мероприятия;

2. Место и порядок их получения, а также правила его проведения, количество призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, а также место и порядок их получения.

3. Признаки рекламы стимулирующим мероприятием необходимо установить такой же, как выполнение его участником обязательного условия – приобретение определенного товара.

4. В тексте распространяемой рекламы следует: «...Все, кто успеет взять заем в период проведения акции – с 1 августа 2016 года до 22 августа 2016 года, - после погашения займа имеет право стать участником розыгрыша ценных призов, который состоится этой осенью.»

5. При рассмотрении дела установлено, что ООО МФО «Просто Займы» в период с 1 августа 2016 года до 22 августа 2016 года планировало провести акцию для клиентов, обратившихся за займом. В соответствии с Условиями данной акции, участником акции являются клиенты – заемщики, получившие заем в ООО МФО «Просто Займы», и выплатившие сумму займа и начисленные в соответствии с договором проценты, в период проведения акции (с 01.08.2016 по 22.08.2016).

6. В рекламе присутствует признак стимулирования, т.е. в правилах и условиях проведения такого мероприятия присутствует причина, побуждающая человека принять участие, а именно возможность получить материальное благо, поощрение (ценные призы).

7. Расслаиваемая реклама направлена на неопределенный круг лиц, как уже обратившихся за займом, так и лиц, которые могли бы быть участниками в период проводимой акции.

8. Содержание рекламного сообщения свидетельствует о намерении рекламодателя привлечь внимание потребителей и воспользоваться рекламируемой услугой. Для того, чтобы стать претендентом на ценные призы, предлагается стать клиентом – заемщиком ООО МФО «Просто Займы» в период проведения акции.

9. Таким образом, учитывая, что для участия в вышеуказанной акции необходимо взять заем в ООО МФО «Просто Займы» (погасив его в период акции), то данная акция является стимулирующим мероприятием и реклама такой акции должна размещаться в соответствии с требованиями статьи 9 ФЗ «О рекламе».

10. Кроме того, в указанной рекламе акции «розыгрыша ценных призов» отсутствуют сведения об источнике информации об организаторе такого мероприятия, о правилах проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, а также месте и порядке их получения, что является нарушением пункта 2 статьи 9 ФЗ «О

аме».

у 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.

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

в рекламе ООО МФО «Просто Займы» 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 приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой, является нарушением части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, включение ООО МФО «Просто Займы» в текст рекламы телефона единой справочной службы не может свидетельствовать о соблюдении им требования законодательства о предоставлении в рекламе существенной информации, отсутствие которой способно ввести потребителя в заблуждение относительно рекламируемой услуги.

Таким образом, указание источника информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения, является одной из гарантий информационного права потребителей.

Таким образом, отсутствие в рекламе сведений об источнике информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения, является нарушением части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит нарушения части 7 статьи 5, части 2 статьи 9 ФЗ «О рекламе».

Таким образом, согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за соблюдение требований, установленных частями 2-8 статьи 5, статьей 9 настоящего закона несет рекламодатель.

Таким образом, в соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – это изготовитель товара либо продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Таким образом, рекламодателем вышеуказанной рекламы является гр-ка С<...>, что подтверждается постановлением от 25.07.2016 № 1849 с ИП К<...> (рекламораспространитель) на размещение рекламы в газете «ПРО город Пенза».

ывая вышеизложенное, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, комиссия пришла к выводу, что гр-ка С<...> нарушила требования части 7 статьи 5; пункта 2 статьи 9 ФЗ «О рекламе».

Согласно статье 1 Закона о рекламе, целями данного закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Статьей 33 Закона о рекламе предусмотрены полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного надзора в сфере рекламы, в частности, выдавать рекламодателям, рекламораспространителям, рекламопроизводителям обязательные предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В ходе рассмотрения дела Комиссии Пензенского УФАС России доказательств совершения нарушения требований части 7 статьи 5; пункта 2 статьи 9 ФЗ «О рекламе» > и индивидуальным предпринимателем К<...> (рекламораспространитель) представлено не было.

В связи с чем Комиссия Пензенского УФАС России считает целесообразным выдать рекламодателю и рекламораспространителю предписания о прекращении нарушений законодательства о рекламе.

Согласно части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение 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:

Признать ненадлежащей рекламу стимулирующего мероприятия, размещенную С<...> в газете «ПРО город Пенза» от 30.07.2016 № 30 (308) стр. 5, поскольку при ее распространении нарушены требования части 7 статьи 5; пункта 2 статьи 9 Федерального закона «О рекламе».

дать С<...> предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Выдать индивидуальному предпринимателю К<...> (рекламораспространитель) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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 18 ноября 2016 года.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии