

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 09/04-16р

г. Киров

Резолютивная часть решения оглашена 03 марта 2016 года

В полном объеме решение изготовлено 21 марта 2016 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения рекламного законодательства в составе:

председатель Комиссии <...> – зам. руководителя Кировского УФАС России;

члены Комиссии: <...> – главный специалист-эксперт отдела ФРИР Кировского УФАС России, <...> - специалист 1 разряда отдела ФРИР Кировского УФАС России;

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- <...>– представитель Индивидуального предпринимателя <...> по доверенности № б/н от 03.03.2016 г.,

рассмотрев дело № 09/04-16р, возбужденное в отношении ИП <...> (фактический адрес: <...>, юридический адрес: <...>) по признакам нарушения ч. 7 ст. 5, ст. 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе») по факту размещения в журнале «Каталог «ПОД КЛЮЧ Киров» за апрель 2015 г. № 67 (100) на странице 51 информации следующего содержания: «Если лень самому поливать каждый день...Закажи систему автополива, получи ее проектирование в подарок! Акция до 30.04....<...>Профессиональный автоматический полив. <...>», на странице 52 информации следующего содержания: «Бассейн в доме - это образ жизни.... Акция до 30.04... При заказе бассейна – комплект средств по уходу в подарок!... <...>», на странице 87 информации следующего содержания: «Закажи окна на дачу выгодно...Акция до 31.07....Вятстройокна <...>», на странице 93 информации следующего содержания: «Звони! Приходи! Заказывай окна и двери... Компания «Европейские двери» предлагает более 100 моделей межкомнатных и более 50 моделей входных дверей производства лучших российских фабрик, а также является официальным представителем пермского завода «Окна Века».. Акция до 30.04.. Только до 30 апреля энергосберегающий стеклопакет в подарок!....Принцип <...>»,

## УСТАНОВИЛА:

По результатам плановой проверки за соблюдением законодательства о рекламе (приказ УФАС по Кировской области о проведении плановой документарной проверки № 90 от 27.03.2015 г.) было установлено, что в журнале «Каталог «ПОД КЛЮЧ Киров» за апрель 2015 г. № 67 (100) на странице 51 размещена информация следующего содержания: «Если лень самому поливать каждый день... Закажи систему автополива, получи ее проектирование в подарок! Акция до 30.04<...>Профессиональный автоматический полив. <...>», на странице 52 - информация следующего содержания: «Бассейн в доме - это образ жизни.... Акция до 30.04... При заказе бассейна – комплект средств по уходу в подарок!... <...>», на странице 87 - информация следующего содержания: «Закажи окна на дачу выгодно... Акция до 31.07.... <...>», на странице 93 - информация следующего содержания: «Звони! Приходи! Заказывай окна и двери... Компания «Европейские двери» предлагает более 100 моделей межкомнатных и более 50 моделей входных дверей производства лучших российских фабрик, а также является официальным представителем пермского завода «Окна Века».. Акция до 30.04.. Только до 30 апреля энергосберегающий стеклопакет в подарок!.... <...>», которая содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 5, ст. 9 Федерального закона «О рекламе», поскольку в рекламе не указана информация о правилах проведения акции, количестве призов, сроках, месте и порядке их получения, что является существенной информацией, отсутствие которой может ввести в заблуждение потребителей рекламы.

Определениями от 18.01.2016 г. Кировским УФАС России возбуждены дела № 09/04-16р и 10/04-16р в отношении ИП <...> по признакам нарушения ч. 7 ст. 5, ст. 9 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в определении содержания и распространении информации: «Бассейн в доме - это образ жизни.... Акция до 30.04... При заказе бассейна – комплект средств по уходу в подарок!... <...>, размещенной в журнале «Каталог «ПОД КЛЮЧ Киров» за апрель 2015 г. № 67 (100) на странице 52 и информации: «Звони! Приходи! Заказывай окна и двери... Компания «Европейские двери» предлагает более 100 моделей межкомнатных и более 50 моделей входных дверей производства лучших российских фабрик, а также является официальным представителем пермского завода «Окна Века».. Акция до 31.04.. Только до 30 апреля энергосберегающий стеклопакет в подарок!....», размещенной в журнале «Каталог «ПОД КЛЮЧ Киров» за апрель 2015 г. № 67 (100) на странице 93.

Определениями от 25.01.2016 г. Кировским УФАС России возбуждены дела № 13/04-16р и 14/04-16р в отношении ИП <...> по признакам нарушения ст. 9 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в определении содержания и распространении информации: «Если лень самому поливать каждый день... Закажи систему автополива, получи ее проектирование в подарок! Акция до 30.04....<...>Профессиональный автоматический полив. <...>», размещенной в журнале «Каталог «ПОД КЛЮЧ Киров» за апрель 2015 г. № 67 (100) на странице 51 и информации: «Закажи окна на дачу выгодно... Акция до 31.07.... Вятстройокна...», размещенной в журнале «Каталог «ПОД КЛЮЧ Киров» за апрель 2015 г. № 67 (100) на странице 87.

На заседании Комиссии, состоявшемся 03.02.2016 г., представитель ИП <...> по

доверенности № б/н от 18.01.2016 г. <...>поддержала позицию, представленную ранее в материалы дела (вх.№ 466 от 27.01.2016 г., вх.№ 467 от 27.01.2016 г.), пояснила, что из содержания рекламы не усматривается, что акция проводится на конкурсной основе, другими словами, распространяется на всех обратившихся в период ее действия. Таким образом отсутствует второй из двух необходимых в совокупности признаков для квалификации спорной рекламы в качестве стимулирующего мероприятия в том смысле, как этот термин понимается в ст. 9 Федерального закона «О рекламе».

Комиссия, ознакомившись с представленными документами, решила объявить перерыв в рассмотрении дел № 09/04-16р и 10/04-16р в связи с необходимостью получения дополнительных документов у лица, участвующего в деле, для рассмотрения дела по существу.

Рассмотрение дела № 09/04-16р и дела № 10/04-16р определением от 03.02.2016 г. назначено на 04.02.2016 г.

ИП <...>, извещенная надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела, явку представителя на заседание Комиссии не обеспечила, документы, запрошенные определением от 03.02.2016 г., на заседание Комиссии не представила.

Определением от 04.02.2016 г. дело № 09/04-16р и дело № 10/04-16р объединены в одно производство. Объединенному делу присвоен № 09/04-16р.

Рассмотрение дела № 13/04-16р и дела № 14/04-16р определениями от 25.02.2016 г. назначено на 10.02.2016 г.

ИП <...>, извещенная надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела, явку представителя на заседание Комиссии не обеспечила.

От ИП <...>в материалы дела поступили запрошенные определениями от 25.02.2016 г. документы (вх.№ 651 от 04.02.2016 г., вх.№ 655 от 04.02.2016 г.). Согласно письменным пояснениям ИП <...>из содержания рекламы не усматривается, что акция проводится на конкурсной основе, другими словами, распространяется одинаково на всех обратившихся в период ее действия. Таким образом, отсутствует второй из двух необходимых в совокупности признаков для квалификации спорной рекламы в качестве стимулирующего мероприятия в том смысле, как этот термин понимается в ст. 9 Федерального закона «О рекламе».

Определением от 10.02.2016 г. дело № 09/04-16р и дело № 13/04-16р объединены в одно производство. Объединенному делу присвоен № 09/04-16р.

Определением от 10.02.2016 г. дело № 09/04-16р и дело № 14/04-16р объединены в одно производство. Объединенному делу присвоен № 09/04-16р.

Рассмотрение дела № 09/04-16р определениями от 04.02.2016 г. и от 10.02.2016 г. назначено на 03.03.2016 г.

На заседании Комиссии представитель ИП <...>по доверенности № б/н от 03.03.2016 г. <...>поддержала позицию, представленную ранее в материалы дела (вх.№ 1265 от 03.03.2016 г., вх.№ 1264 от 03.03.2016 г.), пояснила, что спорная реклама является бонусным размещением для давних партнеров журнала. ИП <...>.

считает, что реклама имеет четкое и однозначное содержание, недвусмысленна, не вводит потребителей в заблуждение, что подтверждается отсутствием заявлений граждан.

Изучив материалы дела, Комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная в журнале «Каталог «ПОД КЛЮЧ Киров» за апрель 2015 г. № 67 (100) на странице 51 следующего содержания: «Если лень самому поливать каждый день... Закажи систему автополива, получи ее проектирование в подарок! Акция до 30.04<...>Профессиональный автоматический полив. <...>», на странице 52 следующего содержания: «Бассейн в доме - это образ жизни.... Акция до 30.04... При заказе бассейна – комплект средств по уходу в подарок!... <...>», на странице 87 следующего содержания: «Закажи окна на дачу выгодно... Акция до 31.07....<...>...», на странице 93 следующего содержания: «Звони! Приходи! Закажи окна и двери... Компания «Европейские двери» предлагает более 100 моделей межкомнатных и более 50 моделей входных дверей производства лучших российских фабрик, а также является официальным представителем пермского завода «Окна Века».. Акция до 30.04.. Только до 30 апреля энергосберегающий стеклопакет в подарок!...», адресована неопределенному кругу лиц (читателям газеты), поскольку распространяется в СМИ, направлена на привлечение внимания потребителей к объектам рекламирования – системам автополива, бассейнам, пластиковым и алюминиевым окнам, межкомнатным дверям, способствует формированию интереса к рекламируемым товарам и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

Ненадлежащая реклама - это реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации ([п. 4 ст. 3](#) Федерального закона «О рекламе»).

Согласно ч. 7 ст. 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.

Согласно ст. 9 Федерального закона «О рекламе» 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.

Проанализировав представленные документы, Комиссия Кировского УФАС России делает вывод об отсутствии однозначных и достоверных доказательств, свидетельствующих о том, что объектом рекламирования является стимулирующее мероприятие, поэтому в действиях ИП <...> факт нарушения ч. 7 ст. 5, ст. 9 Федерального закона «О рекламе» не нашел своего подтверждения.

Руководствуясь абзацем «а» пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

### **ОПРЕДЕЛИЛА:**

Производство по делу № 09/04-16р прекратить в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.