

РЕШЕНИЕ

г. Улан-Удэ Дело № 05-12/11-2013

«15» мая 2013 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Бурятия (далее-Комиссия) по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

<.....> ,

рассмотрев дело № 05-12/11-2013 на заседании Комиссии 29.04.2013, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя <Ш.....>, по признакам нарушения статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в отсутствие ИП <Ш.....> ,

установила:

Бурятским УФАС России по результатам мониторинга наружной рекламы 16.04.2013 возбуждено дело о нарушении ИП <Ш.....> статьи 9 Закона о рекламе.

13 марта 2013 года специалистами отдела антимонопольного контроля и рекламы Бурятского УФАС России осуществлен выезд с целью мониторинга наружной рекламы на основании возложенных полномочий по государственному контролю соблюдения требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

В ходе мониторинга установлено следующее. Рядом с магазином «Снасти и страсти» и аптекой «Лара», расположенными по адресу: г. Улан-Удэ, проспект 50-летия Октября, 25, на транспортном средстве с государственным номером М 451 ВТ 03 регион установлено распространение рекламы следующего содержания:

- «Закажи такси и выиграй авто. Услуги спецтехники.66-66-66»;

Выполнены 3 фотографии.

Согласно статье 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, 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 соответствии со статьей 3 Закона 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

С учетом понятий рекламы, объекта рекламирования, содержащихся в статье 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, направленная на формирование или поддержание интереса как к определенному лицу, так и товару и их продвижение на рынке.

Ответственность за нарушение статьи 9 Закона о рекламе возложена на рекламодателя.

Из информации, представленной ЗАО «Байкалвестком» от 09.04.2013, следует, что телефонный номер <...> принадлежит ИП <Ш.....> .

Рекламодателем в данном случае является индивидуальный предприниматель <.....> .

В силу статьи 9 Закона о рекламе в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующего мероприятия, должны быть указаны сроки проведения данного мероприятия, а также источник информации об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей, сроках, месте и порядке их получения.

Названные нормы обязывают рекламодателя сообщать не саму информацию об организаторе стимулирующего мероприятия и так далее, а источник этой информации (например, адрес интернет-сайта, номер телефона, по которому можно получить информацию). В рекламе «Закажи такси и выиграй авто» указан номер телефона 666666, но не

указаны сроки проведения стимулирующего мероприятия.

Кроме того, нормы упомянутой [статьи](#) 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, в данной [статье](#) Федеральный закон "О рекламе" в качестве отдельного объекта, к рекламе которого установлены специальные требования, выделяет стимулирующее мероприятие - стимулирующую лотерею, конкурс, игру, иное подобное мероприятие, условием участия в которых является приобретение определенного товара и возможность получения выигрыша (приза, подарка).

В действиях ИП <Ш.....> содержатся признаки нарушения статьи 9 Закона о рекламе.

Комиссия, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 № 508 от 17.08.2006,

решила:

1. Признать ненадлежащей рекламу о проведении стимулирующего мероприятия, рекламодателем которой является индивидуальный предприниматель <Ш.....> , нарушением статьи 9 Закона о рекламе.

2. Основания для выдачи предписания отсутствуют в связи с окончанием распространения рекламы.

3. Передать настоящее решение Комиссии уполномоченному должностному лицу Бурятского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 15 мая 2013 года. Решение может быть обжаловано в течение 3 месяцев со дня его принятия в Арбитражный суд Республики Бурятия в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального Кодекса Российской Федерации.

Федерации.

Председатель Комиссии <.....>

Члены Комиссии <.....>

<.....>