

РЕШЕНИЕ № 61/751

Дело рассмотрено 22 января 2009 г.
Решение изготовлено 30 января 2009 г.

г. Вологда

Комиссия Управления ФАС по Вологодской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Хлевчук В.Т.- председатель комиссии, заместитель руководителя Управления;

Лукова И.С. – ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля, член комиссии;

Смышляева И.А. – ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля – член комиссии;

Ласкин М.В. –государственный инспектор отдела антимонопольного и рекламного контроля, член комиссии;

Шишелова С.А. - ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля, член комиссии,

рассмотрев 22.01.2009 г. дело № 61/751 по признакам нарушения **ООО «Хорошая связь г. Вологда»** ч. 7 ст. 5, ст. 9 ФЗ «О рекламе»,

УСТАНОВИЛА:

В декабре 2008 г. ООО «Хорошая связь г. Вологда» (далее – Общество) распространило внутри магазина, расположенного по адресу: г. Вологда, пр. Победы, д. 2, а также на наружной части указанного магазина рекламную информацию в виде листовок и двух натяжных баннеров следующего содержания: «Хорошая связь купи с 20 по 29 декабря телефон получи второй в подарок! Череповец: 558-222 Вологда 76-91-56 С Новым Годом!». Одним из условий получения в подарок телефона, как пояснил продавец данного магазина, является покупка нового мобильного телефона стоимостью от 5 000 рублей или бывшего в употреблении стоимостью от 4 000 рублей, а также покупки аксессуаров на общую сумму 5 000 рублей. В подарок выдаётся мобильный телефон марки Alkatel S 107. Также действует условие об обязательном подключении абонента к МТС за сумму 150 рублей, при этом вторая SIM- карта предлагается в качестве подарка.

Согласно ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ, *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. *Объектом рекламирования* является *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* - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо; *рекламораспространитель* – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

На заседании комиссии представитель ответчика пояснил, что ООО «Хорошая связь г. Вологда» договор на изготовление рекламных листовок и рекламных баннеров не заключался, следовательно, Общество не является рекламодателем. Условия проведения рекламной акции доводились до сведения потребителей продавцами магазина.

Комиссией установлено, что Общество является *продавцом рекламируемого товара* – мобильных телефонов, а также в соответствии с приказом ООО «Хорошая связь г. Вологда» № 312 от 19.12.2008 г. о проведении рекламной акции *определило объект рекламирования* – стимулирующее мероприятие: «следующую акцию: при приобретении мобильного телефона в магазинах «Хорошая связь г. Вологда» каждый покупатель получает второй телефон в подарок Alkatel S 107». Следовательно, данное юридическое лицо, согласно ст. 3 ФЗ «О рекламе», выступает в качестве рекламодателя. Кроме того, Общество имеет статус рекламораспространителя, поскольку самостоятельно распространяло внутри магазина рекламные листовки, а также установила рекламные баннеры на окнах магазина.

В рекламе привлекается внимание потребителей рекламы к мобильным телефонам, реализуемым Обществом, а также к стимулирующему мероприятию, участие в котором, при выполнении указанных выше условий, позволяет получить в подарок телефон.

В данной рекламе отсутствует часть существенной информации об условии приобретения товара, что искажает смысл информации и вводит в заблуждение потребителя рекламы, а также не указаны источник информации об организаторе данного стимулирующего мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов, сроках, месте и порядке их получения, что не допускается ч. 7 ст. 5, ст. 9 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 5, ст. 9, а рекламораспространитель ст. 9 настоящего Федерального закона.

На заседании Комиссии представитель Общества пояснил, что в настоящий момент распространение рекламы в связи с окончанием акции, прекращено. На основании этого Комиссия считает выдачу предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе нецелесообразным.

На основании вышеизложенного, руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 ФЗ «О рекламе» в соответствии с п. 37 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ООО «Хорошая связь г. Вологда».

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Вологодского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренной ст. 14.3 КоАП РФ.

Решение может быть обжаловано в суд в трехмесячный срок со дня вынесения решения.

Подача заявления о признании недействительным решения антимонопольного органа не приостанавливает исполнение решения, если судом не будет вынесено определение о приостановлении исполнения решения.

Председатель комиссии

В.Т. Хлевчук

Члены комиссии:

И.С. Лукова

И.А. Смышляева

С.А. Шишелова

М.В. Ласкин