

## РЕШЕНИЕ

09.03.2016

г. Липецк

Резолютивная часть решения объявлена 25.02.2016

Решение в полном объеме изготовлено 09.03.2016

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель комиссии:

- руководитель А.А. Сешенов,

члены комиссии:

- специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции И.Г. Дубовская,  
- специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Е.А. Высочина,

рассмотрев дело № 3 по признакам нарушения статьи 9 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» Индивидуальным предпринимателем <...>, зарегистрированным по адресу: <...> (далее – ИП <...>),

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - ИП, <...>, действующего на основании доверенности б/н от 19.02.2015;

в присутствии представителя заинтересованного лица – ООО «Бренд Медиа», <...>, действующего на основании доверенности б/н от 24.02.2016,

### УСТАНОВИЛА:

В Липецкое УФАС России поступило обращение гражданина о том, что 21.01.2016 в городе Липецк рядом со входом в гипермаркет «Карусель» по адресу: ул. Гагарина, 100б размещалась отдельно стоящая нестандартная рекламная конструкция с находящимся на ней автомобилем марки «Ford Fiesta» красного цвета. На указанной рекламной конструкции размещалась реклама следующего содержания: «Правильная корзинка РОЗЫГРЫШ! 1 ПОКУПКА – 1 ШАНС, 100

ПОКУПОК – 100 ШАНСОВ! ПОДРОБНОСТИ НА САЙТЕ [<...>](#).

28.01.2016 за № 421-04 в адрес Индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП <...>) Липецким УФАС России был направлен запрос о предоставлении информации. В ответ ИП <...> была предоставлена запрашиваемая информация. Из предоставленной информации следует, что рекламодателем и рекламодателем указанной рекламы является ИП <...>, рекламопроизводителем (согласно договору № БМ-К-089/13 от 29.11.2013 и дополнительному соглашению № 26 от 30.11.2015) является ООО «Бренд Медиа».

Статья 1 ФЗ «О рекламе» в числе целей данного Федерального закона устанавливает реализацию права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Согласно пункту 1 статьи 3 ФЗ «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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Пункт 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» гласит, что объект рекламирования – товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, 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.

Пункт 3 статьи 3 ФЗ «О рекламе» гласит, что товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объектом рекламирования в указанной рекламе являются продавец товара «Правильная корзинка», стимулирующее мероприятие указанного продавца.

Согласно статье 9 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «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.

Указанная норма регламентирует рекламу стимулирующих мероприятий, под которыми понимаются мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара и которые проводятся на конкурсной основе с розыгрышем призов или получением выигрышей. К таким стимулирующим мероприятиям в том числе относится организация и проведение акции в

рассматриваемой рекламе.

Согласно пункту 1.1 правил и условий проведения акции «Розыгрыш от Правильной Корзинки и Правильного Цыплёнка в Липецке и Липецкой области» целью проведения акции является реклама магазинов организатора и бренда «Правильная корзинка и Правильный цыпленок», в том числе: формирование, поддержание интереса, повышение степени узнаваемости бренда «Правильная корзинка и Правильный цыпленок»; клиентская лояльность к бренду «Правильная корзинка и Правильный цыпленок» и магазинам организатора; привлечение новых клиентов в магазины организатора. Акция адресована неопределенному кругу лиц.

Организатором акции, в соответствии с пунктом 1.2 указанных правил является ИП <...>.

Согласно пункту 1.4 правил и условий проведения акции «Розыгрыш от Правильной Корзинки и Правильного Цыплёнка в Липецке и Липецкой области» предметом акции являются розыгрыш призов на сайте [www.agrolip.ru](http://www.agrolip.ru) и в прямом эфире радиостанции «Русское радио Липецк».

Рекламное законодательство обязывает формировать у потребителя рекламы правильное представление о соответствующем стимулирующем мероприятии, реклама должна носить понятный, не двусмысленный характер, и не должна вводить потребителя в заблуждение. При этом потребитель рекламы вправе рассчитывать на формирование неискаженного представления о стимулирующем мероприятии при восприятии конкретного рекламносителя, а не совокупности всех распространенных к определенному моменту рекламных материалов.

Закон о рекламе устанавливает необходимость доведения до сведения потребителей рекламы стимулирующего мероприятия указанных условий и правил участия в таком мероприятии, при этом сроки проведения стимулирующего мероприятия должны быть указаны непосредственно в тексте рекламы, а ссылка на информацию об организаторе стимулирующего мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения допускается путем указания на источник такой информации.

В силу действия пункта 27 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального 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. При этом, надлежит учитывать, что 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). На рекламодателя, таким образом, не возложено обязанности по указанию в рекламе непосредственно самой информации, указанной в пункте 2 статьи 9 Закона о рекламе.

Однако, исходя из диспозиции статьи 9 Закона о рекламе, реклама

стимулирующего мероприятия должна сообщать об источнике каждого из данных условий и правил путем прямого указания на информацию, сообщаемую данным источником. То есть, потребитель рекламы должен быть уведомлен о конкретной информации, которую он может получить, обратившись к названному источнику.

При распространении рекламы следующего содержания: «Правильная корзина РОЗЫГРЫШ! 1 ПОКУПКА – 1 ШАНС, 100 ПОКУПОК – 100 ШАНСОВ! ПОДРОБНОСТИ НА САЙТЕ [<...>](#)» обязательно указание в рекламе сроков проведения стимулирующего мероприятия.

Согласно части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных, в частности статьей 9 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель, которым, в силу пункта 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе», является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, то есть ИП [<...>](#).

Согласно части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных, в частности статьей 9 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель, которым в силу пункта 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, то есть ИП [<...>](#).

В соответствии с указанными выше фактами, реклама следующего содержания: «Правильная корзина РОЗЫГРЫШ! 1 ПОКУПКА – 1 ШАНС, 100 ПОКУПОК – 100 ШАНСОВ! ПОДРОБНОСТИ НА САЙТЕ [<...>](#)», содержит признаки нарушения статьи 9 ФЗ «О рекламе», так как в рекламе отсутствует информация о сроках проведения стимулирующего мероприятия.

Определением о возбуждении дела № 3 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 10.02.2016 рассмотрение дела было назначено на 25.02.2016 на 10 часов 00 минут в Липецком УФАС России по адресу: г. Липецк, пл. Плеханова, д.1, кабинет 506.

На рассмотрении дела 25.02.2016 представитель ИП [<...>](#) пояснил, что рекламодателем и рекламодателем указанной рекламы является ИП [<...>](#), рекламопроизводителем - ООО «Бренд Медиа». Данная реклама является рекламой стимулирующего мероприятия (акции). 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 указаны на сайте [<...>](#), ссылка на который имеется в указанной выше рекламе. В настоящий момент рекламный баннер с рекламой следующего содержания: «Правильная корзина РОЗЫГРЫШ! 1 ПОКУПКА – 1 ШАНС, 100 ПОКУПОК – 100 ШАНСОВ! ПОДРОБНОСТИ НА САЙТЕ [<...>](#)» снят с распространения.

Проанализировав имеющиеся в деле доказательства, в результате совещания, руководствуясь пунктом 1 части 2 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, Комиссия

## РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную 21.01.2016 в городе Липецк рядом со входом в гипермаркет «Карусель» по адресу: ул. Гагарина, 100б на отдельно стоящей нестандартной рекламной конструкции следующего содержания: «Правильная корзинка РОЗЫГРЫШ! 1 ПОКУПКА – 1 ШАНС, 100 ПОКУПОК – 100 ШАНСОВ! ПОДРОБНОСТИ НА САЙТЕ [<...>](#)», рекламодателем и рекламораспространителем которой является Индивидуальный предприниматель <...>, поскольку реклама не соответствует требованиям статьи 9 Федерального закона «О рекламе».

2. Не выдавать ИП <...> предписание об устранении нарушений законодательства о рекламе в связи с прекращением распространения рекламы.

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

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