

РЕШЕНИЕ

по делу № 09-03-9-02/423-ВО

24 ноября 2009 года

г. Волгоград

Резолютивная часть решения объявлена 24 ноября 2009 года.

Решение в полном объеме изготовлено 27 ноября 2009 года.

Комиссия Управления ФАС по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
председатель Комиссии - Чупахина Анна Дмитриевна, заместитель руководителя Управления,

член Комиссии - Хилимов Сергей Анатольевич, старший государственный инспектор отдела защиты конкуренции и контроля за рекламой,

член Комиссии – Кащавцева Людмила Вадимовна, государственный инспектор отдела защиты конкуренции и контроля за рекламой,

рассмотрев дело № 09-03-9-02/423-ВО, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения в журнале «Дорогое удовольствие. Волгоград» № 6 за сентябрь 2009 года рекламы стимулирующих мероприятий, содержащей признаки нарушения статьи 9 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

в присутствии представителей лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- ИП Лоншаков А.Ю.,

- от ООО «ВолгаСтар» (400081, г. Волгоград, ул. им. Маршала Рыбалко, д. 3),
Стрихар С.В. (представитель по доверенности),

УСТАНОВИЛА:

6 ноября 2009 года Председателем Комиссии Управления ФАС по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, А.Д. Чупахиной, по собственной инициативе возбуждено дело № 09-03-9-02/423-ВО по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения в журнале «Дорогое удовольствие» № 6 за сентябрь 2009 года рекламы стимулирующих мероприятий, содержащей признаки нарушения статьи 9 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г., а именно: спорная реклама не содержит информацию о полных сроках проведения стимулирующих мероприятий и источник информации об организаторе таких мероприятий, о правилах их проведения, количестве призов или выигрышей по результатам таких мероприятий, сроках, месте и порядке их получения.

Согласно объяснениям представителя ООО «ВолгаСтар» по факту возбуждения дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Общество признает факт нарушения рекламного законодательства, которое произошло вследствие ненадлежащего исполнения главным редактором журнала должностных обязанностей, так как она должна осуществлять контроль за соответствием размещаемой рекламы требованиям ФЗ «О рекламе», вследствие чего ей был объявлен выговор. С целью недопущения подобных нарушений в редакции журнала был проведен инструкторско-методический семинар по изучению требований ФЗ «О рекламе».

Согласно объяснениям ИП Лоншакова А.В. по факту возбуждения дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в

спорной рекламе действительно отсутствуют сведения, которые обязательны к указанию. Нарушение требований статьи 9 ФЗ «О рекламе» являлось непреднамеренным.

Изучив имеющиеся материалы дела, выслушав объяснения представителей лиц, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, Комиссия пришла к следующим выводам:

Старшим государственным инспектором отдела защиты конкуренции и контроля за рекламой Управления ФАС по Волгоградской области Хилимовым С.А. в рамках осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе была проведена проверка рекламы, размещенной в журнале «Дорогое удовольствие» № 6 за сентябрь 2009 года, на соответствие требованиям ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.

Согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. реклама – это 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; объект рекламирования - 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;

рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

По результатам проверки установлен факт размещения в журнале «Дорогое удовольствие» № 6 за сентябрь 2009 года на стр. 25 рекламы: «Ювелирный «Бриллиант». Скидки на весь ассортимент. Купи золотые часы «Ника» от 25 тыс.руб. и получи вторые в подарок. Акция действует до 1 октября. Купи изделия Sunlight и выиграй LEXUS. Акция действует до марта 2010 года. Маг. «Бриллиант». Маг. «Бриллиант», ул. Рабоче-Крестьянская, 8, тел. 97-30-85, маг. «Сапфир», Краснооктябрьский р-н, пр. Metallургов, 7, тел. 73-50-09, маг. «Оникс», Красноармейский р-н, ул. Копецкого, 15, тел. 65-41-64, маг. «Золото», ул. 50-лет Октября, 4, тел. 62-16-15, маг. «Версаль», пр. Героев Сталинграда, 50, тел. 67-67-87». Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП Лоншаков А.Ю., рекламораспространителем - ООО «ВолгаСтар» (400081, г. Волгоград, ул. им. Маршала Рыбалко, д. 3). Рассматриваемая реклама размещена на основании заключенного сторонами договора № 97-р от 18.12.2008 г. и заявки рекламодателя № 4 к договору от 20.08.2009 г.

ИП Лоншаковым А.Ю. заключен договор поставки ювелирных изделий «Sunlight» от 18.06.2008 г. № ОМ/039-П с ООО «ОНИКС МОЛ» (г. Москва), которое является также организатором стимулирующей лотереи «купи Sunlight - выиграй Lexus!», включенной в Государственный реестр всероссийских лотерей (серия Н200С номер <...> ФНС).

Совместными организаторами акции «купи золотые часы «Ника» от 25 тыс.руб. и получи вторые в подарок» являются ИП Лоншаков А.Ю. и ООО «ТД «Ника» (г. Москва). В рамках заключенного сторонами дополнительного соглашения № Т0001 от 29.07.2009 г. к договору поставки ювелирной продукции № Т0000260 от 4.02.2005 г.

определены условия проведения акции (в частности, срок проведения акции – с 10.07.2009 г. по 30.09.2009 г. ИП Лоншаков А.Ю. при продаже единицы товара ООО «ТД «Ника» (золотых часов «Ника») стоимостью свыше 25 000 рублей конечному потребителю предоставляет последнему в подарок серебряные часы торговой марки «Ника», а при продаже часов стоимостью свыше 35 000 рублей предоставляет покупателю в подарок золотые часы торговой марки «Ника»).

Статья 1 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. среди одной из целей настоящего Федерального закона закрепляет реализацию прав потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы.

Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (ст. 5 ФЗ «О рекламе»).

В соответствии со ст. 9 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, 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.

В соответствии с пунктом 15 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о правилах и сроках проведения стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, в том числе о сроках окончания приема заявок на участие в нем, количестве призов или выигрышей по его результатам, сроках, месте и порядке их получения, а также об источнике информации о таком мероприятии.

Из приведенных норм следует, что реклама стимулирующего мероприятия в любом случае должна содержать указание на сроки проведения такого мероприятия и источник необходимой информации.

Следовательно, такие сведения (об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения) могут быть доведены до потребителя - потенциального участника стимулирующего мероприятия, рекламодателем иным способом (путем размещения в средствах массовой информации, на сайтах сети Интернет либо предоставления информации по конкретному адресу и т.п.). В силу пункта 2 статьи 9 Федерального закона «О рекламе» в рекламе необходимо указывать источник таких сведений, при этом в рекламе должно содержаться указание на то, какие именно сведения можно получить при обращении к такому источнику, а именно что содержится в указанном месте (по указанному адресу).

При этом, из смысла пункта 1 статьи 9 ФЗ «О рекламе» следует, что в рекламе, сообщающей о стимулирующем мероприятии, должен указываться не только срок приобретения определенного товара, но и остальные сроки, характеризующие хронологию проведения стимулирующего мероприятия.

В соответствии со ст. 190 Гражданского кодекса Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ установленный законом, иными правовыми актами, сделкой или назначаемый судом срок определяется календарной датой или истечением периода времени, который исчисляется годами, месяцами, неделями, днями или часами.

Срок может определяться также указанием на событие, которое должно

неизбежно наступить.

Рассматриваемая реклама стимулирующих мероприятий в нарушение требований рекламного законодательства не содержит информацию о полных сроках проведения стимулирующих мероприятий и источник информации об организаторе таких мероприятий, о правилах их проведения, количестве призов или выигрышей по результатам таких мероприятий, сроках, месте и порядке их получения, по которому потребители рекламы могут ознакомиться об этих условиях.

Сроки проведения стимулирующего мероприятия и источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения должны доводиться до потребителей рекламы полностью, чтобы потребитель мог ознакомиться со всеми условиями и правилами проведения стимулирующего мероприятия до принятия решения об участии в нём.

В соответствии со ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламодаделец и рекламодатель несут ответственность за нарушение требований, установленных статьей 9 настоящего Федерального закона.

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, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 г. № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: «Ювелирный «Бриллиант». Скидки на весь ассортимент. Купи золотые часы «Ника» от 25 тыс.руб. и получи вторые в подарок. Акция действует до 1 октября. Купи изделия Sunlight и выиграй LEXUS. Акция действует до марта 2010 года. Маг. «Бриллиант». Маг. «Бриллиант», ул. Рабоче-Крестьянская, 8, тел. 97-30-85, маг. «Сапфир», Краснооктябрьский р-н, пр. Металлургов, 7, тел. 73-50-09, маг. «Оникс», Красноармейский р-н, ул. Копецкого, 15, тел. 65-41-64, маг. «Золото», ул. 50-лет Октября, 4, тел. 62-16-15, маг. «Версаль», пр. Героев Сталинграда, 50, тел. 67-67-87», рекламодателем которой является ИП Лоншаков А.Ю., поскольку в ней нарушены требования статьи 9 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.
2. Выдать ИП Лоншакову А.Ю. предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Выдать ООО «ВолгаСтар» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления ФАС по Волгоградской области для возбуждения дела об административном правонарушении по ст. 14.3 КоАП РФ.