

## РЕШЕНИЕ

по делу № 10-03-9-02/127-ВО

17 мая 2010 года

г. Волгоград

Резолютивная часть решения объявлена 17 мая 2010 года.

Решение в полном объеме изготовлено 24 мая 2010 года.

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

председатель Комиссии – заместитель руководителя Управления – начальник отдела органов власти,

член Комиссии – старший государственный инспектор отдела защиты конкуренции и контроля за рекламой,

член Комиссии – специалист 1 разряда отдела защиты конкуренции и контроля за рекламой,

рассмотрев дело № 10-03-9-02/127-ВО, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения на рекламных стендах в лифтовых кабинах жилых домов г. Волгограда рекламы стимулирующего мероприятия о розыгрыше призов среди покупателей магазина «Классика», 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:

- от ИП С.Е.Б., - М.Е.Г. (доверенность),

- от ООО «ЖЭК ЛифтБорд» (400029, г. Волгоград, ул. Вилянская, 15А), - Х.И.Ю. (доверенность),

### УСТАНОВИЛА:

30 марта 2009 года Председателем Комиссии Управления ФАС по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе по собственной инициативе возбуждено дело № 10-03-9-02/127-ВО по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения на рекламных стендах в лифтовых кабинах жилых домов г. Волгограда рекламы стимулирующего мероприятия, содержащей признаки нарушения статьи 9 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г., а именно: в спорной рекламе отсутствует информация о сроках 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, по которому потребители рекламы могут ознакомиться об этих условиях.

16 апреля 2010 года рассмотрение дела 10-03-9-02/127-ВО по ходатайству лиц, участвующих в деле, было отложено в связи с необходимостью представления дополнительных объяснений по факту возбуждения дела по признакам нарушения законодательства о рекламе и иных документов, имеющих значение для полного, всестороннего и объективного рассмотрения дела.

Согласно объяснениям представителя ИП С.Е.Б. по факту возбуждения дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в выявленной антимонопольным органом рекламе действительно присутствуют признаки нарушения рекламного законодательства. Между тем,

Предпринимателем был согласован для распространения рекламный макет, в

котором вся необходимая информация, предусмотренная требованиями ст. 9 ФЗ «О рекламе» о сроках 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, была указана в нижней части текста рекламы. В подтверждение данного заявления представителем Предпринимателя был представлен согласованный рекламодателем и рекламораспространителем макет рекламы. На основании изложенного, по мнению представителя Предпринимателя, если нарушение законодательства о рекламе и произошло, то не по вине рекламодателя.

Представитель ООО «ЖЭК ЛифтБорд» подтвердил, что рекламодателем и рекламораспространителем был согласован макет рекламы, в котором была указана информация о сроках 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. Тот факт, что данная информация не видна на фотоснимке спорной рекламы, размещенной в лифтовой кабине подъезда № 6 жилого дома по ул. Мясникова, д. 2, можно объяснить только тем, что при размещении рекламного плаката произошло смещение части рекламного плаката под рамку информационного стенда. ООО «ЖЭК ЛифтБорд» обязуется в дальнейшем строго следить за отслеживанием подобных технических накладок при размещении рекламно-информационных материалов.

Изучив имеющиеся материалы дела, выслушав объяснения представителей лиц, в действиях которых 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 (далее – Управление) в рамках осуществления государственного контроля за соблюдением рекламного законодательства 7.02.2010 г. был проведен мониторинг размещения рекламы на рекламных стендах в лифтовых кабинах жилых домов г. Волгограда, владельцем которых является ООО «ЖЭК ЛифтБорд» (400029, г. Волгоград, ул. Вилянская, 15А), на соответствие требованиям ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.

По результатам мониторинга был установлен факт распространения на рекламных стендах в лифтовых кабинах жилых домов Тракторозаводского района г. Волгограда, в частности в лифтовой кабине подъезда № 6 жилого дома по ул. Мясникова, д. 2, следующей рекламы: «Магазин бытовой техники «Классика». Покупай! Скидки до 50%. Выиграй 100 000 рублей или путешествие в Норвегию. Ул. Еременко, 122, (8442)27-07-70».

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;

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

реklamораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы

любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. Положения настоящего Федерального закона, относящиеся к изготовителю товара, распространяются также на лиц, выполняющих работы или оказывающих услуги (ч. 3 ст. 2 ФЗ «О рекламе»).

Рассматриваемая информация содержит все квалифицирующие признаки рекламы, поскольку она адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – магазину бытовой техники «Классика» и стимулирующему мероприятию по розыгрышу 100 000 рублей или путешествия в Норвегию среди покупателей магазина, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Рекламодателем обозначенной рекламы является ИП С.Е.Б., рекламораспространителем - ООО «ЖЭК ЛифтБорд» (400029, г. Волгоград, ул. Вилянская, 15А).

Спорная реклама размещалась на основании договора № 3/12 от 24.12.2009 г. и приложению № 1 к договору, согласно которому утверждены период распространения рекламы и места расположения рекламных конструкций и их количество (г. Волжский – 301 рекламная конструкция, Кировский района г. Волгограда – 201 рекламная конструкция, Красноармейский район г. Волгограда – 423 рекламных конструкций, Ворошиловский район г. Волгограда – 151 рекламная конструкция, Тракторозаводский район г. Волгограда - 261 рекламная конструкция).

Согласно договору б/н от 20.10.2008 г. ООО «ЖЭК» (арендодатель) предоставил ООО «ЖЭК ЛифтБорд» (арендатору) в аренду места в лифтах жилых домов, находящихся в управлении арендодателя согласно приложению № 1 к договору, для размещения рекламных модулей.

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.

В соответствии с письмом ФАС России «О разъяснении некоторых положений Федерального закона «О рекламе» № АК/34209 от 01.10.2009 г. 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): информация об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения. При этом, рекламное законодательство не обязывает указывать в рекламе стимулирующего мероприятия информацию об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения. Рассматриваемая реклама в нарушение требований рекламного законодательства не содержит информацию о сроках 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, по которому потребители рекламы могут ознакомиться об этих условиях, а указаны только адрес и телефон магазина бытовой техники «Классика»: Ул. Еременко, 122, (8442)27-07-70».

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 и непосредственно в тексте рекламного сообщения, чтобы потребитель мог ознакомиться со всеми условиями и правилами проведения стимулирующего мероприятия до принятия решения об участии в нём.

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: «Магазин бытовой техники «Классика». Покупай! Скидки до 50%. Выиграй 100 000 рублей или путешествие в Норвегию. Ул. Еременко, 122, (8442)27-07-70», распространявшуюся на рекламных стендах в лифтовых кабинах жилых домов г. Волгограда, в частности в лифтовой кабине подъезда № 6 жилого дома по ул. Мясникова, д. 2, поскольку в ней нарушены требования статьи 9 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.
2. Выдать ИП С.Е.Б. предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Выдать ООО «ЖЭК ЛифтБоард» (400029, г. Волгоград, ул. Вилянская, 15А) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

