

Постановление № 3

О назначении административного наказания по делу № 254

об административном правонарушении

«12» января 2015 г.

г. Иркутск

Заместитель руководителя Иркутского УФАС России Кулиш Александр Владимирович, рассмотрев материалы дела об административном правонарушении и протокол № 254 от 27.11.2014г. об административном правонарушении, составленный в отношении ФГБУ «Редакция «Российской газеты» (125993, Россия, г. Москва, ул. Правды, д. 24, стр. 4 ИНН 7714024842, КПП 771401001; ОГРН 1027739396717; дата регистрации юридического лица 26.04.1994 г. Государственным учреждением Московской регистрационной палаты)

УСТАНОВИЛ:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области в еженедельном выпуске «Неделя» общенациональной общественно – политической газеты «Российская газета» № 58 (6330) 13-19 марта 2014 г. на странице 35 выявлена реклама «Акции «Счастливый билет».

В соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2005г. № 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; 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Согласно ст. 9 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, 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.

В связи с тем, что рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 5, ст. 9 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, Иркутским УФАС России проведено расследование, в ходе которого направлен запрос ФГБУ «Редакция «Российской газеты» исх. № 3096 от 17.04.2014 г.

По данному запросу представлены пояснения о том, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ФГБУ «Редакция «Российской газеты», рекламодателем ООО «Медиа Экспресс». Размещение рекламы произведено на основании гарантийного письма ООО «Медиа Экспресс». Размещение указанной рекламы осуществлялось в федеральном выпуске «Российской газеты» (по всему тиражу издания). Готовый макет рекламного объявления изготовлен, предоставлен и заверен ООО «Медиа Экспресс».

Кроме того, данным учреждением представлено свидетельство № 302 от 28.09.1993г., согласно которому территорией распространения средства массовой информации - «Российская газета» является Российская Федерация и зарубежные страны.

В соответствии с пунктом 5 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17 августа 2006г. № 508, в случае если до возбуждения дела или в ходе его рассмотрения будет установлено, что реклама, содержащая признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, распространяется на территории, подведомственной двум и более территориальным органам Федеральной антимонопольной службы, выявивший такое нарушение территориальный орган Федеральной антимонопольной службы передает материалы, свидетельствующие о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе, или дело в территориальный орган Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, либо ходатайствует перед Федеральной антимонопольной службой о наделении его полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела.

С учетом данных обстоятельств, Иркутским УФАС России 15.05.2014 г. в адрес ФАС России направлены материалы, собранные по факту распространения рассматриваемой рекламы.

01.07.2014 г. в Иркутское УФАС России поступило письмо ФАС России о наделении Иркутского УФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по факту распространения рекламы «Акции «Счастливый билет» в еженедельном выпуске «Неделя» общенациональной общественно – политической газеты «Российская газета» № 58 (6330) 13-19 марта 2014г. на странице 35.

15.07.2014 г. Иркутским УФАС России возбуждено дело № 900 по факту

распространения рекламы «Акции «Счастливый билет» в еженедельном выпуске «Неделя» общенациональной общественно – политической газеты «Российская газета» № 58 (6330) 13-19 марта 2014 г. на странице 35, по признакам нарушения требований установленных ч. 7 ст. 5, ст. 9 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ. К участию в рассмотрении данного дела привлечены: рекламораспространитель - ФГБУ «Редакция «Российской газеты»; рекламодатели - ООО «Медиа Экспресс», ООО «Почта Сервис».

В соответствии с определением № 1042 от 18.08.2014г, рассмотрение данного дела назначено на 15.09.2014г.

В указанную дату в Иркутское УФАС России для участия в рассмотрении дела явился представитель ООО «Почта Сервис». ФГБУ «Редакция «Российской газеты» и ООО «Медиа Экспресс» представителей не направили.

Рассмотрение данной категории дел осуществляется в соответствии с Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановлением Правительства РФ № 508 от 17.08.2006г. (далее - Правила) и Административным регламентом Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Приказом ФАС России от 23.11.2012г. № 711/12 (далее – Административный регламент).

Согласно п. 26 и п. 30 Правил, дело рассматривается антимонопольным органом в присутствии лиц, участвующих в деле. Рассмотрение дела в отсутствие сторон возможно лишь в случаях, если имеются данные об их своевременном извещении о месте и времени рассмотрения дела и если от них не поступило мотивированное ходатайство об отложении рассмотрения дела или указанное ходатайство не удовлетворено антимонопольным органом.

Из материалов дела следует, что в антимонопольный орган поступили ходатайства ФГБУ «Редакция «Российской газеты» (вх. № 10895 от 10.09.2014г.), ООО «Медиа Экспресс» (вх. № 10670 от 04.09.2014г.) о рассмотрении дела в отсутствие представителей данных лиц в связи с невозможностью явки.

Указанные ходатайства Комиссией Иркутского УФАС России рассмотрены и удовлетворены.

На основании документов и пояснений, имеющихся в материалах дела, Комиссией установлено следующее.

В соответствии с Уставом, основными видами деятельности ООО «Почта Сервис» являются оптовая и розничная торговля товарами народного потребления, в том числе розничная торговля по заказам, почтовая (посылочная) и дистанционная торговля, торговля с использованием сети Интернет.

Согласно решению № ПС-2/2014-1 комиссии ООО «Почта Сервис», 29.01.2014г. данным обществом принято решение о проведении с 05.03.2014г. по 30.05.2014г. маркетинговой акции с главным призом 2 000 000 рублей в целях стимулирования спроса покупателей и продвижения товаров ООО «Почта Сервис», реализуемых

по почтовым каталогам.

Решением комиссии общества от 08.04.2014г. № ПС-2/2014-8, срок проведения маркетинговой акции с главным призом 2 000 000 рублей продлен до 31.07.2014г.

Следовательно, ООО «Почта Сервис» в период с 05.03.2014г. по 31.07.2014г. проводилась маркетинговая акция «Счастливый билет» с главным призом – 2 000 000 рублей.

В целях привлечения внимания к данной маркетинговой акции на странице 25 еженедельного выпуска «Неделя» общенациональной общественно – политической газеты «Российская газета» № 58 (6330) 13-19 марта 2014 г. на странице 35 размещена реклама следующего содержания: «Акция «СЧАСТЛИВЫЙ БИЛЕТ» на 2000 000 рублей Мы ждем еще одного жителя России, который угадает последнюю цифру «Счастливого Билета». Внимательно посмотрите на билет. ВСЕ, ЧТО ВАМ НУЖНО СДЕЛАТЬ, - ЭТО ПРОСТО ПОЗВОНИТЬ НАМ И СООБЩИТЬ, КАКАЯ, ПО ВАШЕМУ, ПОСЛЕДНЯЯ ЦИФРА В НОМЕРЕ ЭТОГО БИЛЕТА. Никакой логики здесь нет! Не пытайтесь найти закономерность! Просто позвоните нам и назовите любую цифру от 0 до 9! Мы гарантируем выплату 2 000 000 рублей уже 30 мая 2014 года. 2 000 000 рублей получит Главный победитель, позвонивший по телефону и назвавший последнюю цифру номера «Счастливого билета».* Может, именно Вы станете получателем 2 000 000 рублей! Звоните! У Вас всего 1 попытка! Звонок по России БЕСПЛАТНЫЙ 8-800-100-00-36 (далее – по тексту)».

При этом, в нижней части рекламы содержится информация, выполненная мелким, темным шрифтом на темном фоне, с использованием незначительного межстрочного интервала, что затрудняет её визуальное восприятие и прочтение.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, 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.

Под объектом рекламирования понимается 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 (п. 2 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ).

Исходя из понятий «реклама» и «объект рекламирования», содержания рассматриваемой рекламы, а также представленных ООО «Почта Сервис» документов и пояснений следует, что объектами рекламирования в данном случае являются, в том числе: непосредственно ООО «Почта Сервис», оказывающее услуги по дистанционной продаже товаров; маркетинговая акция «Счастливый билет» с главным призом 2 000 000 рублей.

Вместе с тем, способ и форма доведения рекламной информации до потребителей рекламы свидетельствует о том, что реклама акцентирует всё внимание её потребителей именно на маркетинговой акции – «Счастливый билет».

В частности, информация о маркетинговой акции «Счастливый билет» занимает почти всю площадь рекламы. Она выполнена крупным, контрастным по отношению к основному фону, насыщенным (жирным) шрифтом.

Следовательно, совокупность таких особенностей изображения информации об акции «Счастливый билет», как: отведение данной информации большей части площади рекламы; её изображение значительно более крупным, насыщенным (жирным), контрастным шрифтом свидетельствует о том, что целью распространения рассматриваемой рекламы в первую очередь является привлечение внимания потребителей именно к данной маркетинговой акции, формирование и (или) поддержание интереса к ней, её продвижение на рынке.

Таким образом, основным объектом рекламирования в данной рекламе является маркетинговая акция «Счастливый билет».

При этом, информация о данной акции доводится до потребителей рассматриваемой рекламы различным способом.

В частности, следующей текстовой информации: «Акция «СЧАСТЛИВЫЙ БИЛЕТ» на 2000 000 рублей Мы ждем еще одного жителя России, который угадает последнюю цифру «Счастливого Билета». Внимательно посмотрите на билет. ВСЕ, ЧТО ВАМ НУЖНО СДЕЛАТЬ, - ЭТО ПРОСТО ПОЗВОНИТЬ НАМ И СООБЩИТЬ, КАКАЯ, ПО ВАШЕМУ, ПОСЛЕДНЯЯ ЦИФРА В НОМЕРЕ ЭТОГО БИЛЕТА. Никакой логики здесь нет! Не пытайтесь найти закономерность! Просто позвоните нам и назовите любую цифру от 0 до 9! Мы гарантируем выплату 2 000 000 рублей уже 30 мая 2014 года. 2 000 000 рублей получит Главный победитель, позвонивший по телефону и назвавший последнюю цифру номера «Счастливого билета».* Может, именно Вы станете получателем 2 000 000 рублей! Звоните! У Вас всего 1 попытка! Звонок по России БЕСПЛАТНЫЙ 8-800-100-00-36» отведена большая площадь рекламы (практически вся площадь рекламы). Данная информация выполнена более крупным, контрастным по отношению к основному фону, насыщенным шрифтом.

Однако, в нижней части рекламы маркетинговой акции «Счастливый билет» также содержится информация. Вместе с тем, её восприятие затруднено.

Таким образом, способ преподнесения информации об акции «Счастливый билет» избран таким образом, что внимание потребителей рекламы акцентируется только на части рекламы – на следующей текстовой информации: «Акция «СЧАСТЛИВЫЙ БИЛЕТ» на 2000 000 рублей Мы ждем еще одного жителя России, который угадает последнюю цифру «Счастливого Билета». Внимательно посмотрите на билет. ВСЕ, ЧТО ВАМ НУЖНО СДЕЛАТЬ, - ЭТО ПРОСТО ПОЗВОНИТЬ НАМ И СООБЩИТЬ, КАКАЯ, ПО ВАШЕМУ, ПОСЛЕДНЯЯ ЦИФРА В НОМЕРЕ ЭТОГО БИЛЕТА. Никакой логики здесь нет! Не пытайтесь найти закономерность! Просто позвоните нам и назовите любую цифру от 0 до 9! Мы гарантируем выплату 2 000 000 рублей уже 30 мая 2014 года. 2 000 000 рублей получит Главный победитель, позвонивший по телефону и назвавший последнюю цифру номера «Счастливого билета».* Может, именно Вы станете получателем 2 000 000 рублей! Звоните! У Вас всего 1 попытка! Звонок по России БЕСПЛАТНЫЙ 8-800-100-00-36».

Данная информация содержит обращение, адресованное каждому потребителю рекламы о том, что именно он может стать получателем 2 000 000 рублей. Далее, потребителю рекламы предлагается позвонить по указанному в рекламе телефону

8-800-100-00-36 и угадать последнюю цифру от 0 до 9 номера «Счастливого билета», изображённого в рекламе. При этом сообщается, что у потребителя имеется только одна попытка, главным победителем акции – обладателем 2 000 000 рублей по итогам проведения акции станет только один житель России.

Таким образом, из данной текстовой информации следует, что главным победителем рекламируемой акции «Счастливый билет» - получателем 2 000 000 рублей становится только один житель России, который угадает последнюю цифру от 0 до 9 в номере билета, изображенного в рекламе, и сообщит её по указанному контактному телефону.

При этом, использование в рекламе таких выражений, как: «Может, именно Вы станете получателем 2 000 000 рублей! Звоните! У Вас всего 1 попытка!», «ВСЕ, ЧТО ВАМ НУЖНО СДЕЛАТЬ, - ЭТО ПРОСТО ПОЗВОНИТЬ НАМ И СООБЩИТЬ, КАКАЯ, ПО ВАШЕМУ, ПОСЛЕДНЯЯ ЦИФРА В НОМЕРЕ ЭТОГО БИЛЕТА» направлено на дополнительное стимулирование потребителей рекламы принять участие в данной акции и формирование устойчивого убеждения о том, что сообщение по указанному в рекламе номеру телефона определенной (конкретной, установленной организатором акции) цифры от 0 до 9 влечет получение главного приза 2 000 000 рублей.

Вместе с тем, из пояснений ООО «Почта Сервис» и Условий проведения маркетинговой акции, являющихся приложением № 1 к решению от 29.01.2014г. о проведении маркетинговой акции с 05.03.2014г. по 30.05.2014г. (далее – Условия), следует, что акция «Счастливый билет» проводится в несколько этапов. Первоначально, всем потребителям рекламы предлагается угадать последнюю цифру номера «Счастливого билета», изображенного в рекламе (якобы загаданную, зашифрованную организатором акции), и сообщить её по указанному контактному телефону. При этом, потребитель рекламы позвонивший по данному телефону и сообщивший не какую-либо определенную цифру (якобы загаданную, зашифрованную организатором акции), а абсолютно любую цифру от 0 до 9, а также свои данные, приглашается ООО «Почта Сервис» к участию в маркетинговой акции «Счастливый билет», получает различные каталоги с предложением о приобретении товаров, а также набор документов информационного характера. При этом, все потребители рекламы, получившие данные каталоги и документы объявляются «победителями». Однако, приобретение статуса «победителя» не влечет получение главного приза 2 000 000 рублей, поскольку на данный момент потребитель рекламы ещё не является участником маркетинговой акции. Зарегистрированным участником маркетинговой акции «Счастливый билет» потребитель рекламы (победитель) становится и получает возможность претендовать в финале акции на получение главного приза 2 000 000 рублей, дополнительных премий 100 000 рублей, 20 000 рублей, 15 000 рублей только после того, как сделает и оплатит заказ из полученного товарного каталога ООО «Почта Сервис», с выполнением всех необходимых условий. Главный победитель - обладатель главного приза 2 000 000 рублей определяется специальной комиссией с учетом суммы заказа (максимальной), даты поступления заказа, факта поступления в полном объеме оплаты по данному заказу.

Следовательно, в рассматриваемой рекламе отсутствует менее привлекательная для потребителя рекламы, но существенная информация о том, что: не существует

какой либо определенной цифры от 0 до 9, которую необходимо угадать потребителю рекламы и сообщить по телефону организатору акции; сообщение потребителем рекламы по указанному в рекламе контактному телефону какой-либо цифры от 0 до 9, которая может являться последней в номере «Счастливого билета», не влечет получение 2 000 000 рублей, а позволяет лишь получить каталоги товаров и возможность участия в акции «Счастливый билет»; участником акции «Счастливый билет» потребитель рекламы становится только после оформления заказа и оплаты хотя бы одного товара из каталога направленного ООО «Почта России»; главным победителем – обладателем 2 000 000 рублей становится потребитель, сделавший заказ товара из предложенного ООО «Почта Сервис» каталога на максимальную сумму.

Вместе с тем, только осведомленность о данных условиях проведения маркетинговой акции «Счастливый билет» позволит потребителю рекламы сделать осознанный выбор: принимать ли ему участие в данной акции. Данная информация может оказать существенное влияние на его выбор.

Отсутствие в рекламе данной информации искажает смысл рекламы и способствует введению в заблуждение потребителя рекламы относительно шансов на выигрыш и условий акции, формируя неверное представление о его гарантированности в случае сообщения конкретной последней цифры «Счастливого билета» (от 0 до 9, которая якобы определена организатором акции).

Согласно ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В связи с отсутствием в рассматриваемой рекламе указанной существенной информации рассматриваемая реклама акции «Счастливый билет» не соответствует требованиям ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ.

Кроме того, данная реклама не соответствует требованиям ст. 9 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ по следующим основаниям.

В ст. 9 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ закреплено, что 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.

Таким образом, в данной [статье](#) Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ 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).

Из представленных ООО «Почта Сервис» пояснений и документов, а также содержания рассматриваемой рекламы следует, что условием участия в рекламируемом стимулирующем мероприятии – акции «Счастливый билет» является приобретение товаров из каталогов ООО «Почта Сервис».

Вместе с тем, в рассматриваемой рекламе стимулирующего мероприятия – акции «Счастливый билет»: не указаны сроки проведения такого мероприятия; источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Комиссией Иркутского УФАС России довод ООО «Почта Сервис» о соответствии рассматриваемой рекламы требованиям рекламного законодательства в связи с наличием в ней всей необходимой и достоверной информации обо всех условиях акции, размещенной в нижней части рекламы мелким шрифтом, признан не состоятельным по следующим основаниям.

Действительно, ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ не установлены требования к размеру шрифта, используемого в рекламе. Рекламодатель вправе самостоятельно выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ к рекламе, в частности о включении в рекламу существенной для потребителя рекламы информации.

Поэтому если существенная информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

С учетом изложенного, Комиссией Иркутского УФАС России приходит к выводу о том, что формальное указание ООО «Почта Сервис» в рассматриваемой рекламе маркетинговой акции «Счастливый билет» существенной для потребителя рекламы информации таким образом, что она не воспринимается потребителем рекламы (поскольку занимает не большую площадь; выполнена мелким, менее насыщенным шрифтом, с использованием незначительного межстрочного интервала; расположена в нижней части рекламы; не поддается прочтению без специальных технических средств) не свидетельствует об исполнении рекламодателем требований ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, поскольку данная существенная информация до потребителя фактически не доводится, т.е. отсутствует.

Комиссией Иркутского УФАС России рассмотрены, однако признаны необоснованными пояснения ООО «Почта Сервис» о том, что при распространении рассматриваемой рекламы акции «Счастливый билет» в еженедельном выпуске «Неделя» общенациональной общественно – политической газеты «Российская газета» № 58 (6330) 13-19 марта 2014 г. обществом соблюдены требования ст. 9 ФЗ

«О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, поскольку блок информации, содержащий телефонный номер ООО «Почта Сервис» занимает не менее 10% от общей площади рекламы, также отдельный номер телефона указан в условиях проведения стимулирующего мероприятия.

В силу [статьи 9](#) ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ 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.

Вместе с тем, в рассматриваемой рекламе отсутствует информация о сроках рекламируемой маркетинговой акции «Счастливый билет», а также в рекламе отсутствует информация о том, где (в каком месте) потребитель рекламы может получить информацию об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей, сроках, месте и порядке их получения.

Также, Комиссией Иркутского УФАС России не приняты во внимание пояснения ООО «Почта Сервис» о том, что представленные агентом данного общества - ООО «Эд оклок» цветной экземпляр периодического печатного издания «Российская газета неделя» № 58 (6330) 13-19 марта 2014г. содержит читаемую существенную для потребителя рекламы маркетинговой акции «Счастливый билет» информацию, поскольку предметом рассмотрения в рамках данного дела № 900, возбужденного по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, является экземпляр газеты в черно-белом варианте. В данном виде в еженедельный выпуск «Неделя» общенациональной общественно – политической газеты «Российская газета» № 58 (6330) 13-19 марта 2014г. распространялся на территории г. Иркутска. Помимо этого, согласно приложению № 80 от 10.01.2014 г. к агентскому договору № 2-2011/А3 от 01.01.2011г., заключенному ООО «Почта Сервис» и ООО «Эд оклок», ООО «Почта Сервис» заказано размещение рекламы акции «Счастливый билет» в № 58 (6330) 13-19 марта 2014 г. «Российской газеты», в том числе, и в черно-белом варианте.

В соответствии с ч. 6 и ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, ответственность за нарушение ч. 7 ст. 5 данного Федерального закона несет рекламодатель, ответственность за нарушение ст. 9 данного Федерального закона несет рекламораспространитель.

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 (п. 5 и п. 7 ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ).

Как установлено Комиссией и подтверждено материалами дела, ООО «Почта Сервис» в целях привлечения внимания к проводимой маркетинговой акции «Счастливый билет» 01.01.2011г. заключило с ООО «Эд оклок» агентский договор № 2-2011/А3 на размещение рекламно-информационных материалов.

В соответствии с п. 1 данного договора и приложению № 3 к нему, ООО «Почта Сервис» поручило, а ООО «Эд оклок» приняло обязательства от своего имени, но за счет и в интересах ООО «Почта Сервис» осуществить юридические и

фактически действия, направленные на выполнение поручения по распространению рекламно-информационных материалов ООО «Почта Сервис» в марте 2014г. в том числе в «Российской газете» № 58 (6330) 13-19 в черно-белом варианте.

Из пояснений представителя ООО «Почта Сервис» следует, что готовый макет рассматриваемой рекламы ООО «Почта Сервис» передан агенту - ООО «Эд оклок» для последующего распространения.

В свою очередь, ООО «Эд оклок» макет рекламы ООО «Почта Сервис» передало ООО «Медиа Экспресс» для дальнейшего распространения в «Российской газете» на основании ранее заключенного договора № 1-2008/УП от 01.01.2008г.

В соответствии с п. 1.2 данного договора, ООО «Аврора Медиа» (ООО «Эд оклок»), действующее в интересах своего клиента-рекламодателя, поручило, а ООО «Медиа Экспресс» приняло на себя обязательства по организации размещения рекламных материалов клиента ООО «Аврора Медиа» (ООО «Эд оклок») в периодических печатных изданиях в соответствии с приложениями к данному договору.

Согласно счет-фактуре № 00000119 от 31.03.2014г., являющейся приложением № 1 к договору № 1-2008/УП от 01.01.2008г., а также согласно акту от 31.03.2014г., ООО «Медиа Экспресс» оказало ООО «Аврора Медиа» (ООО «Эд оклок») услуги по размещению рекламы ООО «Почта Сервис» в «Российской газете» № 58 от 13.03.2014г.

Как следует из пояснений ФГБУ «Редакция «Российской газеты» (вх. № 4951 от 05.05.2014г.), в редакцию с заявкой на распространение рассматриваемой рекламы маркетинговой акции «Счастливый билет» обратилось ООО «Медиа Экспресс». Размещение рекламы ООО «Почта Сервис» произведено ФГБУ «Редакция «Российской газеты» на основании гарантийного письма ООО «Медиа Экспресс» от 02.02.2014г. Готовый макет рекламного объявления предоставлен ООО «Медиа Экспресс» и заверен подписью и печатью общества. ФГБУ «Редакция «Российской газеты» 24.02.2014г. выставило ООО «Медиа Экспресс» счет для оплаты услуг по продаже ООО «Почта Сервис» рекламной площади в еженедельном выпуске «Неделя» общенациональной общественно – политической газеты «Российская газета» № 58 (6330) 13-19 марта 2014 г.

Таким образом, из представленных ФГБУ «Редакция «Российская газета», ООО «Медиа Экспресс», ООО «Эд оклок», ООО «Почта Сервис» пояснений и документов следует, что рекламораспространителем рассматриваемой рекламы маркетинговой акции «Счастливый билет», распространенной в еженедельном выпуске «Неделя» общенациональной общественно – политической газеты «Российская газета» № 58 (6330) 13-19 марта 2014г., на странице 35, является ФГБУ «Редакция «Российской газеты».

В соответствии с ч. 4 ст. 38 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с [ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВОМ](#) Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решением № 1922 от 15.09.2014 года Комиссии Иркутского УФАС России, реклама, распространенная в еженедельном выпуске «Неделя» общенациональной общественно – политической газеты «Российская газета» № 58 (6330) 13-19 марта 2014 г., на странице 35 следующего содержания: «Акция «СЧАСТЛИВЫЙ БИЛЕТ» на 2000 000 рублей Мы ждем еще одного жителя России, который угадает последнюю цифру «Счастливого Билета». Внимательно посмотрите на билет. ВСЕ, ЧТО ВАМ НУЖНО СДЕЛАТЬ, - ЭТО ПРОСТО ПОЗВОНИТЬ НАМ И СООБЩИТЬ, КАКАЯ, ПО ВАШЕМУ, ПОСЛЕДНЯЯ ЦИФРА В НОМЕРЕ ЭТОГО БИЛЕТА. Никакой логики здесь нет! Не пытайтесь найти закономерность! Просто позвоните нам и назовите любую цифру от 0 до 9! Мы гарантируем выплату 2 000 000 рублей уже 30 мая 2014 года. 2 000 000 рублей получит Главный победитель, позвонивший по телефону и назвавший последнюю цифру номера «Счастливого билета».* Может, именно Вы станете получателем 2 000 000 рублей! Звоните! У Вас всего 1 попытка! Звонок по России БЕСПЛАТНЫЙ 8-800-100-00-36 (далее – по тексту)», признана ненадлежащей, нарушающей требования ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, в связи с отсутствием в рекламе части существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования; ст. 9 ФЗ «О рекламе», в связи с распространением рекламы стимулирующего мероприятия, при отсутствии сроков проведения такого мероприятия, а также источника информации об организаторе, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей, сроках, месте и порядке их получения.

Принятое решение № 1922 от 15.09.2014 г. Комиссией Управления Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области послужило поводом для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении ФГБУ «Редакция» «Российской газеты» путем составления 27 ноября 2014 года протокола № 254.

Рассмотрев материалы дела по признакам нарушения рекламного законодательства и протокол № 254 от 27.11.2014г., заместитель руководителя Иркутского УФАС России Кулиш А.В. вынес определение № 1490 от 27.11.2014г., которым дело № 254 об административном правонарушении назначено к рассмотрению на 11 декабря 2014 года в 15 часов 30 мин.

11.12.2014 года заместителем руководителя Иркутского УФАС России установлено, что в материалах дела отсутствуют данные о своевременном извещении ФГБУ «Редакция «Российской газеты» о месте и времени рассмотрения дела об административном правонарушении.

В связи с чем, 11.12.2014 г. определением № 1561 рассмотрение дела № 254 от 27.11.2014 г. об административном правонарушении отложено на 12 января 2015 года.

12 января 2015 года дело № 254 от 27.11.2014 г. об административном правонарушении рассмотрено в отсутствие представителя ФГБУ «Редакция «Российской газеты», надлежащим образом уведомленного о времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении, что подтверждается почтовым уведомлением № 66402581370415.

Установлено время совершения административного правонарушения – 13-19 марта 2014 г.

Установлено место совершения административного правонарушения – Российская Федерация и зарубежные страны (согласно свидетельству №302 от 28.09.1993 г.)

Объектом данного административного правонарушения является установленный порядок производства и распространения рекламы.

Объективная сторона правонарушения выражается в распространении в еженедельном выпуске «Неделя» общенациональной общественно – политической газеты «Российская газета» № 58 (6330) 13-19 марта 2014 г., на странице 35 рекламы следующего содержания: «Акция «СЧАСТЛИВЫЙ БИЛЕТ» на 2000 000 рублей Мы ждем еще одного жителя России, который угадает последнюю цифру «Счастливого Билета». Внимательно посмотрите на билет. ВСЕ, ЧТО ВАМ НУЖНО СДЕЛАТЬ, - ЭТО ПРОСТО ПОЗВОНИТЬ НАМ И СООБЩИТЬ, КАКАЯ, ПО ВАШЕМУ, ПОСЛЕДНЯЯ ЦИФРА В НОМЕРЕ ЭТОГО БИЛЕТА. Никакой логики здесь нет! Не пытайтесь найти закономерность! Просто позвоните нам и назовите любую цифру от 0 до 9! Мы гарантируем выплату 2 000 000 рублей уже 30 мая 2014 года. 2 000 000 рублей получит Главный победитель, позвонивший по телефону и назвавший последнюю цифру номера «Счастливого билета».* Может, именно Вы станете получателем 2 000 000 рублей! Звоните! У Вас всего 1 попытка! Звонок по России БЕСПЛАТНЫЙ 8-800-100-00-36 (далее – по тексту)», которая не соответствует требованиям части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в связи с отсутствием в рекламе части существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования; ст. 9 ФЗ «О рекламе», в связи с распространением рекламы стимулирующего мероприятия, при отсутствии сроков проведения такого мероприятия, а также источника информации об организаторе, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей, сроках, месте и порядке их получения, рекламодателем которой является ООО «Почта Сервис».

Субъектом правонарушения является ФГБУ «Редакция «Российской газеты», как рекламодатель, распространивший рекламу следующего содержания: «Акция «СЧАСТЛИВЫЙ БИЛЕТ» на 2000 000 рублей Мы ждем еще одного жителя России, который угадает последнюю цифру «Счастливого Билета». Внимательно посмотрите на билет. ВСЕ, ЧТО ВАМ НУЖНО СДЕЛАТЬ, - ЭТО ПРОСТО ПОЗВОНИТЬ НАМ И СООБЩИТЬ, КАКАЯ, ПО ВАШЕМУ, ПОСЛЕДНЯЯ ЦИФРА В НОМЕРЕ ЭТОГО БИЛЕТА. Никакой логики здесь нет! Не пытайтесь найти закономерность! Просто позвоните нам и назовите любую цифру от 0 до 9! Мы гарантируем выплату 2 000 000 рублей уже 30 мая 2014 года. 2 000 000 рублей получит Главный победитель, позвонивший по телефону и назвавший последнюю цифру номера «Счастливого билета».* Может, именно Вы станете получателем 2 000 000 рублей! Звоните! У Вас всего 1 попытка! Звонок по России БЕСПЛАТНЫЙ 8-800-100-00-36 (далее – по тексту), в еженедельном выпуске «Неделя» общенациональной общественно – политической газеты «Российская газета» № 58 (6330) 13-19 марта 2014 г., на странице 35, которая не соответствует требованиям части 7 статьи 5 и статьи 9 Федерального закона «О рекламе».

Субъективную сторону деяния характеризует вина. ФГБУ «Редакция «Российской газеты» должно было знать о том, что не допускается распространение рекламы с отсутствием части существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования; а также не допускается

распространение рекламы в которой отсутствует информация о сроках рекламируемой маркетинговой акции и информация о том, где (в каком месте) потребитель рекламы может получить информацию об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей, сроках, месте и порядке их получения, однако, не смотря на то, что у него имелась возможность обеспечить соблюдение установленных правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, ФГБУ «Редакция «Российской газеты» данную обязанность не исполнило.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на должностных лиц – от 100 000 до 500 000 (от ста до пятисот тысяч) рублей.

Учитывая изложенное, ФГБУ «Редакция «Российской газеты» допущено административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 КоАП Российской Федерации.

В соответствии со ст. 24.1 КоАП РФ, всесторонне исследованы материалы административного дела, возбужденного в отношении ФГБУ «Редакция «Российской газеты».

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении, при рассмотрении административного дела не установлено.

Согласно ст. 4.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях при назначении административного наказания лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение лица, обстоятельства, смягчающие и отягчающие административную ответственность.

Наличие смягчающих и отягчающих обстоятельств антимонопольным органом установлено не было.

Сведений о финансовом положении, Обществом не представлены.

Состав ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ является формальным и отсутствие вредных последствий не имеет значения для наступления ответственности за предусмотренное правонарушение. Поскольку правонарушение является формальным, оно представляет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям не в наступлении каких-либо негативных материальных последствий, а в пренебрежительном отношении к исполнению публично-правовых обязанностей, формальных требований публичного права. Таким образом, отсутствуют основания для признания правонарушения малозначительным.

В соответствии со статьей 26.1 КоАП РФ обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении, не установлено.

С учетом вышеизложенного, а также характера совершенного ФГБУ «Редакция «Российской газеты» административного правонарушения, зам. руководителя Иркутского УФАС России, руководствуясь ст.ст. 5, 9, 38 Федерального закона РФ «О рекламе» от 13.03.2006г № 38-ФЗ и ст. ст. 4.1., ч. 1 ст. 14.3., 23.48., 29.1., 29.9., 29.10. Кодекса РФ об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать ФГБУ «Редакция «Российской газеты» (125993, Россия, г. Москва, ул. Правды, д. 24, стр. 4 ИНН 7714024842, КПП 771401001; ОГРН 1027739396717; дата регистрации юридического лица 26.04.1994 г. Государственным учреждением Московской регистрационной палаты), являющегося рекламодателем, распространившим рекламу в еженедельном выпуске «Неделя» общенациональной общественно – политической газеты «Российская газета» № 58 (6330) 13-19 марта 2014 г., на странице 35 следующего содержания: «Акция «СЧАСТЛИВЫЙ БИЛЕТ» на 2000 000 рублей Мы ждем еще одного жителя России, который угадает последнюю цифру «Счастливого Билета». Внимательно посмотрите на билет. ВСЕ, ЧТО ВАМ НУЖНО СДЕЛАТЬ, - ЭТО ПРОСТО ПОЗВОНИТЬ НАМ И СООБЩИТЬ, КАКАЯ, ПО ВАШЕМУ, ПОСЛЕДНЯЯ ЦИФРА В НОМЕРЕ ЭТОГО БИЛЕТА. Никакой логики здесь нет! Не пытайтесь найти закономерность! Просто позвоните нам и назовите любую цифру от 0 до 9! Мы гарантируем выплату 2 000 000 рублей уже 30 мая 2014 года. 2 000 000 рублей получит Главный победитель, позвонивший по телефону и назвавший последнюю цифру номера «Счастливого билета». * Может, именно Вы станете получателем 2 000 000 рублей! Звоните! У Вас всего 1 попытка! Звонок по России БЕСПЛАТНЫЙ 8-800-100-00-36 (далее – по тексту)», которая не соответствует требованиям части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в связи с отсутствием в рекламе части существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования; ст. 9 ФЗ «О рекламе», в связи с распространением рекламы стимулирующего мероприятия, при отсутствии сроков проведения такого мероприятия, а также источника информации об организаторе, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей, сроках, месте и порядке их получения, виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить административное наказание в виде административного штрафа в размере 100 500 (ста тысяч пятисот) рублей.

В соответствии с ч. 1 ст. 32.2. Кодекса РФ об административных правонарушениях штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме. Пунктом 1 статьи 46 Бюджетного кодекса Российской Федерации предусмотрено, что штрафы подлежат зачислению в местные бюджеты по месту нахождения органа или должностного лица принявшего решение о наложении штрафа, если иное не предусмотрено Бюджетным кодексом РФ или иными законодательными актами Российской Федерации.

Ч. 9 статьи 38 Федерального закона РФ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006г. предусмотрено, что суммы штрафов за нарушение рекламного законодательства, зачисляются в соответствующие бюджеты в следующем соотношении: 40

процентов – в федеральный бюджет; 60 процентов – в бюджет субъекта РФ, на территории которого зарегистрированы юридическое лицо или индивидуальный предприниматель – рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламодателем.

Реквизиты для уплаты штрафа: Получатель: ИНН 3811020966 КПП 380801001 УФК по Иркутской области (Иркутское УФАС России); Банк получателя: ГРКЦ ГУ Банка России по Иркутской области г. Иркутск р/с 40101810900000010001 БИК 042520001, код 16111626000016000140 ОКТМО 25701000; л/с 04341437710.

Управление Федеральной антимонопольной службы России по Иркутской области зарегистрировано в качестве юридического лица 20.01.1999г. инспекцией МНС России по Правобережному округу г. Иркутска Иркутской области.

В трехдневный срок со дня уплаты штрафа необходимо представить в Иркутское УФАС России документы, подтверждающие уплату штрафа.

В соответствии с п. 1 ст. 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в установленный срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа либо административный арест на срок до пятнадцати суток.

При неуплате штрафа в срок, согласно ч. 5 ст. 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление о наложении административного штрафа направляется должностным лицом, вынесшим постановление, судебному приставу-исполнителю для обращения административного взыскания на имущество, принадлежащее лицу, в порядке, предусмотренном федеральным законодательством.

В соответствии со ст. 30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано вышестоящему должностному лицу либо в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу «___» «_____» 20__ года (после истечения срока, установленного для обжалования, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано).

Срок предъявления к исполнению – 2 года.

Дата вынесения постановления « 12 » «января » 2015 года.

Отметка об оплате штрафа:

оплачен;

не оплачен;

оплачен частично.

Заместитель руководителя

А.В. Кулиш