

## РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «02» июля 2015 г.

В полном объеме решение изготовлено «16» июля 2015 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – И.С. Гудковой,

членов Комиссии – С.В. Дуванской, А.В. Дерманца,

рассмотрев дело № 3 00 97/77 15 в отношении ЗАО «Издательство Семь Дней» (125993, г. Москва, Волоколамское шоссе, д. 4, корп. 24; 125080, г. Москва, Ленинградское шоссе, д. 5А), ООО «Айсберг» (198261, г. Санкт-Петербург, пр-т Маршала Жукова, д. 64, лит. А, оф. 7-Н) по признакам нарушения пункта 2 статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в отсутствии в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующего мероприятия, указания на источник информации об организаторе акции «SOKOLOV МЕЧТА НА МИЛЛИОН», о правилах ее проведения, количестве призов или выигрышей по результатам данной акции, сроках, месте и порядке их получения.

в присутствии представителя ЗАО «Издательство Семь Дней» в лице Ковалевой М.В. (доверенность № Д-15/33 от 23.06.2015),

в присутствии представителя ООО «Айсберг» в лице Воробьевой Н.А. (доверенность № 1 от 01.07.2015),

### УСТАНОВИЛА:

Дело № 3 00 97/77 15 возбуждено в отношении ЗАО «Издательство Семь Дней», ООО «Айсберг» на основании обращения физического лица по факту распространения рекламы стимулирующего мероприятия «SOKOLOV МЕЧТА НА МИЛЛИОН» в журнале «Семь дней» №52 (29.12.2014-04.01.2015).

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ЗАО «Издательство Семь Дней» (125993, г. Москва, Волоколамское шоссе, д. 4, корп. 24; 125080, г. Москва, Ленинградское шоссе, д. 5А) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, зарегистрировано и включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным номером 1027700497109, ИНН 7703038770.

ООО «Айсберг» (198261, г. Санкт-Петербург, пр-т Маршала Жукова, д. 64, лит. А, оф. 7-Н) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, зарегистрировано и включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным номером 1137847250848, ИНН 7801605473.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно пункту 16 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Согласно пункту 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

В журнале «Семь дней» №52 (29.12.2014-04.01.2015) размещалась реклама следующего содержания:

*«Мечта на миллион! Купите украшение, зарегистрируйте штрих-код и получите шанс исполнить сокровенную мечту, выиграв 1000000 рублей или один из 132 подарков от SOKOLOV. Акция проводится с 01.12.2014 г. по 12.01.2015 г. Подробнее на сайте [promo.sokolov.ru](http://promo.sokolov.ru). SOKOLOV JEWELRY 8 800 1000 750, [www.sokolov.ru](http://www.sokolov.ru)».*

Указанная информация размещена на отдельной странице журнала, сопровождается вверху страницы справа заголовком «Мечта на миллион», текстом об условиях приобретения продукции, а также фотографией с изображением ювелирных изделий и ссылкой в информационно-коммуникационную сеть «Интернет» на сайт [sokolov.ru](http://sokolov.ru).

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что рассматриваемая информация направлена на продвижение среди потребителей объекта рекламирования: стимулирующего мероприятия «SOKOLOV МЕЧТА НА МИЛЛИОН», проводимого ООО «Айсберг».

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не

могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации как предназначенность для неопределенного круга лиц означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Указанная информация, учитывая территорию распространения журнала «Семь дней», доводится до неопределенного круга лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования. Исходя из способа подачи и содержания, информации направлена на привлечение внимания читателей к объекту рекламирования, а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Данный вывод Комиссии Московского УФАС России в полной мере подтверждается пометкой «реклама», размещенной на рассматриваемых материалах, а также договором на размещение рекламы № 09/07-667 от 09.07.2014, заключенным между ЗАО «Издательство Семь Дней» и ООО «Айсберг». Сторонами по делу не отрицается.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России установлено, факт распространения рекламы стимулирующего мероприятия «SOCCER DREAM НА МИЛЛИОН» в журнале «Семь дней» №52 (29.12.2014-04.01.2015).

В соответствии с пунктом 2 статьи 9 Закона 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: источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Исходя из 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 случае необходимости наличия в рекламе информации о месте и способе получения какой-либо информации, указание такого места и способа должно сопровождаться информацией о том, какая именно информация может быть получена в данном месте и данным способом.

Между тем, в рекламе, в которой обязательно необходимо указать источник определенной информации, недостаточно только указать сайт в сети Интернет, на котором может быть получена данная информация, — также необходимо указать и какая конкретно информация может быть получена на данном сайте.

При этом, 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 источнику.

Таким образом, при рекламе стимулирующего мероприятия и наличии соответствующей информации на определенном сайте в сети

Интернет должно быть указано следующее: «информация об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения — на сайте <http://...>».

Комиссией Московского УФАС России установлено, что в рекламе «Мечта на миллион! Купите украшение, зарегистрируйте штрих-код и получите шанс исполнить сокровенную мечту, выиграв 1000000 рублей или один из 132 подарков от SOKOLOV. Акция проводится с 01.12.2014 г. по 12.01.2015 г. Подробнее на сайте [promo.sokolov.ru](http://promo.sokolov.ru). SOKOLOV JEWELRY 8 800 1000 750, [www.sokolov.ru](http://www.sokolov.ru)» присутствует указание на срок проведения стимулирующего мероприятия, а также на правила проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, вместе с тем, отсутствует указание на источник информации о сроках, месте и порядке получения призов по результатам такого мероприятия, а также информация об организаторе стимулирующего мероприятия.

Указанная в рекламе формулировка «Подробнее на сайте [promo.sokolov.ru](http://promo.sokolov.ru)» не может быть признана допустимым указанием на источник информации об организаторе стимулирующего мероприятия, правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, так как данная формулировка не указана в качестве ссылки (источника) для получения информации о правилах проведения, а также сроках, месте и порядке получения выигрышей и подарков стимулирующего мероприятия «Мечта на миллион!».

Согласно письменным и устным пояснениям по делу, представитель ЗАО «Издательство Семь Дней» считает, что рекламное сообщение «Мечта на миллион!» в журнале «Семь дней» соответствует действующему законодательству Российской Федерации о рекламе, не искажает смысл информации и не вводит в заблуждение потребителей рекламы, так как содержит сведения о проведении стимулирующего мероприятия, информацию о сроках проведения акции, количестве подарков и выигрышей и имеет ссылку на источник информации о стимулирующем мероприятии в подробностях на сайте [promo.sokolov.ru](http://promo.sokolov.ru), и считает, что необходимо оценивать два информационных источника в совокупности.

Доводы представителя ЗАО «Издательство Семь Дней» базируются на том, что пункт 2 статьи 9 Закона о рекламе содержит указание на то, какая информация должна быть получена из указанного в рекламном объявлении источника (интернет-сайта, номера телефона и т. д.). Между тем, по мнению Общества, из содержания данной статьи не следует, что в самом тексте рекламного объявления необходимо перечислять, какая именно информация должна быть получена из данного источника.

Таким образом, представитель ЗАО «Издательство Семь Дней» считает, что содержащийся в определении по делу вывод о необходимости указания в рекламном объявлении о проведении стимулирующего мероприятия, конкретных сведений которые должны быть получены из источника информации, не соответствует содержанию статьи 9 Закона о рекламе.

Комиссией Московского УФАС России данные доводы не могут быть приняты во внимание в связи с тем, что потребитель, воспринимая информацию, распространенную в рассматриваемой рекламе, должен однозначно понимать, что сайт в сети Интернет является источником сведений именно о стимулирующем мероприятии, а не источником информации о продукции, реализуемой под соответствующим брендом. Положения пункта 2 статьи 9 Закона о рекламе направлены именно на устранение подобных сомнений у потребителя и ограждения их от

недобросовестных действий хозяйствующих субъектов, связанных с сокрытием менее привлекательных сведений о проводимых стимулирующих мероприятиях. Как было установлено ранее, полной и однозначной информации в рассматриваемой рекламе указано не было.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России при размещении указанной рекламы установлен факт нарушения пункта 2 статьи 9 Закона о рекламе.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Следовательно, реклама стимулирующего мероприятия «SOKOLOV МЕЧТА НА МИЛЛИОН» в журнале «Семь дней» №52 (29.12.2014-04.01.2015), распространенная с нарушением пункта 2 статьи 9 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Установлено, что рассматриваемая реклама была распространена на основании договора № 09/07-667 от 09.07.2014, заключенного между ЗАО «Издательство Семь Дней» и ООО «Айсберг».

В соответствии с пунктом 1.1. Договора, ЗАО «Издательство Семь Дней» (далее - Исполнитель) размещает рекламные материалы ООО «Айсберг» (далее — Заказчик) в изданиях Исполнителя, а Заказчик оплачивает указанные услуги Исполнителя на условиях настоящего Договора.

В соответствии с пунктом 2.2.1. Договора, Заказчик предоставляет оригинал-макеты рекламных материалов в соответствии с условиями, сроками и техническими требованиями Исполнителя, размещенными на сайте: seven days.ru.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что лицо определившим содержание рекламы стимулирующего мероприятия «SOKOLOV МЕЧТА НА МИЛЛИОН», а равно ее рекламодателем, является ООО «Айсберг».

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламораспространителем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителя. Комиссией Московского УФАС России установлено, что ЗАО «Издательство Семь Дней» размещало рекламу самостоятельно в журнале «Семь дней» и не прибегало к услугам иных рекламораспространителей. Таким образом, ЗАО «Издательство Семь Дней» является рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 2 статьи 9 Закона о рекламе, несет как рекламодатель так и рекламораспространитель.

Таким образом, ответственность за нарушение части 2 статьи 9 Закона о рекламе в рекламе стимулирующего мероприятия «SOKOLOV МЕЧТА НА МИЛЛИОН» распространенной в журнале «Семь дней» №52, несет ЗАО «Издательство Семь Дней», ООО «Айсберг».

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Решая вопрос о выдаче предписания сторонам по делу, Комиссия Московского УФАС России исходит из следующего.

Сторонами по делу не представлено документальных доказательств о прекращении действия либо расторжении договоров, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ЗАО «Издательство Семь Дней», ООО «Айсберг» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия Московского УФАС России,

#### РЕШИЛА:

1. Признать рекламу стимулирующего мероприятия «SOKOLOV МЕЧТА НА МИЛЛИОН» в журнале «Семь дней» №52 (29.12.2014-04.01.2015) ненадлежащей в связи с нарушением требований части 2 статьи 9 Закона о рекламе.
2. Выдать ЗАО «Издательство Семь Дней», ООО «Айсберг»

предписание о прекращении нарушения законодательства о Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении 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.