

РЕШЕНИЕ

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрев дело № 4-05/66 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы компании «Монарх» - «Сезон бразильской обуви», с нарушением требований пункта 15 части 3 статьи 5, пункта 2 статьи 9 Федерального закона «О рекламе», в присутствии представителя ООО «Монарх-Амур»,

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного контроля за соблюдением рекламного законодательства Управлением Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю 26 апреля 2010 года в сети обувных магазинов «Монарх» отслежено распространение рекламных листовок: *«С 20 апреля по 10 мая сезон бразильской обуви в MONARCH. Каждому покупателю призы и подарки! Подробная информация по акции у продавцов-консультантов. www.monarch.ru Уважаемые покупатели! Приглашаем Вас на розыгрыш призов и подарков! Вы можете стать участником настоящего карнавала и выиграть призы, сделав покупки в магазинах «Обувь MONARCH» с **20 апреля по 10 мая!** Холодильники, стиральные машины, телевизоры и другие ценные подарки, и отличное настроение на празднике «Зажигай с Обувь MONARCH». От нас без подарков еще никто не уходил! Адреса и даты проведения праздников: **9 мая** Муравьева-Амурского с 12-00 до 14-00».*

Одновременно в период с 21 апреля по 04 мая 2010 года в эфире радиостанции «Дорожное радио» размещалась реклама следующего содержания: *«Самба! С 20 апреля по 10 мая сезон бразильской обуви в MONARCH. Призы и подарки каждому покупателю! Зажигай с Обувь MONARCH. Спешите, предложение по акции ограничено! Подробности на сайте www.monarch.ru Самба!»*

Данная реклама привлекает внимание потребителей к стимулирующему мероприятию, условием участия в котором является покупка бразильской обуви в сети магазинов «Монарх». В соответствии с требованиями статьи 9 ФЗ «О рекламе» 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 содержании радиорекламы и рекламных листовок отсутствует информация об организаторе данного мероприятия, о количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия и не указан порядок их получения. В радиорекламе отсутствует информация о сроке и месте получения призов.

В соответствии с пунктом 15 части 3 статьи 5 ФЗ «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.

Согласно условиям проведения праздника «Бразильский карнавал в «Монарх», утвержденным генеральным директором «Монарх-Амур», датой проведения конкурса является 10 мая 2010 года. В тоже время согласно содержанию рекламных листовок указанный конкурс проводится 09 мая 2010 года, что противоречит указанной норме. В процессе рассмотрения дела представитель ООО «Монарх – Амур» пояснила, что с выявленными нарушениями не согласна:

1. Радиореклама не является стимулирующей, так как реклама должна сообщать о том, что, приобретя товар, покупатель получает право участвовать в мероприятии, основанном на случайном определении выигрыша. В данном случае реклама не содержала информацию о проведении после покупки мероприятия лотереи, т. е. не была стимулирующей;
2. Листовка содержала всю необходимую информацию с точки зрения статьи 9 ФЗ «О рекламе»;
3. Перенос акции с 09.05.2010 года на 10. 05. 2010 года вызван обстоятельствами, независимыми от ООО «Монарх – Амур», а именно: в связи с отменой органом местного самоуправления 9 мая акция, проводимых коммерческими организациями.

Данные доводы не принимаются Комиссией по следующим основаниям.

1. Стимулирующее мероприятие - это мероприятие, условием участия в котором является приобретение определенного товара. Исходя из содержания, радиорекламы призы и подарки выдаются только покупателям.
2. В содержании радиорекламы и рекламных листовок отсутствует информация:
 - об организаторе данного мероприятия (ссылка на сайт является ненадлежащей);
 - о количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия и не указан порядок их получения (указание «холодильники, стиральные машины, телевизоры и другие ценные подарки» не сообщает о количестве призов и порядке их получения). В радиорекламе отсутствует информация о сроке и месте получения призов.
3. В соответствии с рекламной листовкой и радиорекламой срок проведения мероприятия с 20 апреля по 10 мая. В тоже время в листовке указана дата проведения мероприятия 9 мая. Таким образом, несоответствие информации изложено в самой листовке.

Согласно части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований пункта 15 части 3 статьи 5 и статьи 9 закона. Рекламодателем – лицом, в чьих интересах проводится рекламируемое мероприятие, является ООО «Монарх-Амур». В связи с изложенным следует, что ООО «Монарх-Амур» нарушены нормы пункта 15 части 3 статьи 5, пункта 2 статьи 9 ФЗ «О рекламе». Реклама в указанных частях признается ненадлежащей. 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 Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ООО «Монарх-Амур» - «С 20 апреля по 10 мая сезон бразильской обуви в MONARCH», распространяемую в период с 21 апреля по 04 мая 2010 года в эфире радиостанции «Дорожное радио», на рекламных листовках в сети магазинов «Монарх», поскольку в ней нарушены требования пункта 15 части 3 статьи 5, пункта 2 статьи 9 Федерального закона «О рекламе».
2. Обязательное для исполнения предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы ООО «Монарх-Амур» не выдавать в связи с окончанием срока действия стимулирующего мероприятия.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации.

Решение изготовлено в полном объеме 15 июня 2010 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.