

РЕШЕНИЕ

28 июня 2010 года

г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена 25 июня 2010 года.
Полный текст решения изготовлен 28 июня 2010 года.

Комиссия Марийского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – и.о. руководителя управления Зубарев В.В.;

член Комиссии – специалист - эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Мингазов Р.Ш.;

член Комиссии – специалист - эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Жарикова Е.Б.

рассмотрев дело № 03-37/15 по признакам нарушения части 7 статьи 5 и статьи 9 Федерального закона от 13 марта 2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) при размещении на десятой полосе еженедельной рекламной газеты «PRO Город Йошкар-Ола» № 8 от 24 октября 2009 года рекламы, следующего содержания:

«FS кухни Фри Стайл СКИДКИ СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЕ КУХНИ на заказ до 20 тыс. руб. при заказе кухни ПОДАРОК т. ХХХХ ТЦ «ХХХ», ул.ХХХ»,

в присутствии представителей:

от рекламодателя – ИП ХХХ;

от рекламопроизводителя – ИП VVV;

от рекламораспространителя - директор ООО «Мари пресс» ХХХ,

УСТАНОВИЛА:

В соответствии с обращением гражданки ХХХ о фактах распространения рекламы с нарушениями законодательства Российской Федерации о рекламе, специалистами Марийского УФАС России был проведен мониторинг рекламы в перечисленных заявителем средствах массовой информации. В ходе проведения мониторинга рекламы 13.11.2009 года на десятой полосе еженедельной рекламной газеты «PRO Город Йошкар-Ола» № 8 от 24 октября 2009 года (далее - Газета) была обнаружена реклама следующего содержания: «FS кухни Фр и Стайл СКИДКИ СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЕ КУХНИ на заказ до 20 тыс. руб. при заказе кухни ПОДАРОК т. ХХХХ ТЦ «ХХХ», ул.ХХХ» (далее – информация ИП ХХХ).

Размещение рекламы осуществлялось на основании договора № 154 от 29.07.2009 года, заключенного между ИП VVV и ИП ХХХ.

На заседании Комиссии Марийского УФАС России представитель ООО «Мари пресс», ИП VVV и ИП ХХХ согласились с мнением антимонопольного органа.

Изучив представленные документы и материалы, заслушав объяснения лиц участвующих в деле, Комиссия Марийского УФАС России установила следующее.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама – информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе, 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе, товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Таким образом, информация ИП ХХХ, является рекламой, объектами рекламирования в которой являются товары (корпусная мебель - кухни), реализуемые через салон «FS кухни Фри Стайл» и стимулирующее мероприятие, обозначенное как «при заказе кухни ПОДАРОК».

В соответствии с частью 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, распространении и размещении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации.

Согласно статье 9 Закона 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 указанной рекламе не указаны: сроки проведения стимулирующего мероприятия, источник информации об организаторе такого мероприятия, информация о правилах его проведения, количестве призов, сроках, месте и порядке их получения.

При квалификации мероприятия, обозначенного в рекламе как «при заказе кухни ПОДАРОК» антимонопольный орган исходил из целевой направленности объекта рекламирования.

Антимонопольным органом установлено, что стимулирующее мероприятие, обозначенное в рекламе как «при заказе кухни ПОДАРОК», заключается в том, что в течение ноября 2009 года, при заказе кухонного гарнитура в салоне ИП ХХХ (минимальный набор тумб и шкафов не должен быть менее 2-х тумб и 2-х навесных шкафов), покупатель получает подарок – двухуровневую сушилку.

Следовательно, организатор мероприятия «при заказе кухни ПОДАРОК» вручает/устанавливает подарок посетителям салона, только при условии приобретения товаров (кухонного гарнитура), тем самым, стимулируя потенциальных покупателей на покупку товаров в салоне.

Согласно части 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Поскольку реклама ИП ХХХ направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться рекламируемым предложением, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Отсутствие в рекламе существенной части информации о сроках проведения стимулирующего мероприятия, источнике информации об организаторе такого мероприятия о правилах его проведения, количестве призов, сроках, месте и порядке их получения, приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей рекламы, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым предложением.

Таким образом, реклама ИП ХХХ не отвечает требованиям статьи 9 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение:

- статьи 9 Закона о рекламе несет рекламодатель, рекламодатель и рекламопроизводитель в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине;

- части 7 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель и рекламопроизводитель в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Согласно статье 3 Закона о рекламе рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с договором купли-продажи печатных площадей (полос) № 1 от 01.09.2009 года (далее – Договор) ООО «Мари Пресс» (учредитель газеты «PRO Город Йошкар-Ола») передало в собственность ИП VVV часть печатной площади в газете «PRO Город Йошкар-Ола». Согласно пункту 3.2 Договора ответственность за содержание и оформление материала, размещенного на проданных площадях, несет Покупатель, т.е. ИП VVV.

Согласно выписке из ЕГРИП от 04.05.2008 года № 3003 основным видом экономической деятельности ИП Ворожцовой В.А. является рекламная деятельность.

Антимонопольным органом установлено, и подтверждается материалами дела, что ИП ХХХ сделал устную заявку на размещение рекламы профессионалу в области рекламной деятельности – менеджеру ИП VVV. Макет рекламы был изготовлен менеджером ИП Ворожцовой В.А.. При согласовании макета рекламного объявления, ИП ХХХ не получал предупреждения о возможном нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе.

Таким образом, ИП ХХХ является рекламодателем, ИП VVV – рекламопроизводителем и рекламодателем, а нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе произошло по вине ИП VVV (на заседании Комиссии Марийского УФАС России ИП VVV данный

факт не отрицала).

На момент рассмотрения дела, на обозрение Комиссии Марийского УФАС России доказательств прекращения размещения рассматриваемой рекламы, представлено не было.

Руководствуясь частью 2 пункта 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, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ИП ХХХ, размещенную на десятой полосе еженедельной рекламной газеты «PRO Город Йошкар-Ола» № 8 от 24 октября 2009 года, следующего содержания: «FS кухни Фри Стайл СКИДКИ СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЕ КУХНИ на заказ до 20 тыс. руб. при заказе кухни ПОДАРОК т. ХХХХ ТЦ «ХХХ», ул. ХХХ», поскольку в ней нарушены требования статьи 9 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Выдать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ИП ХХХ, ИП VVV и ООО «Мари пресс».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении в соответствии со статьёй 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.

Председатель Комиссии

В.В.Зубарев

Члены Комиссии

Е.Б. Жарикова

Р.Ш. Мингазов

ПРЕДПИСАНИЕ № 03-37/15

**о прекращении нарушения законодательства
Российской Федерации о рекламе**

28 июня 2010 года

г. Йошкар-Ола

Комиссия Марийского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – и.о. руководителя управления Зубарев В.В.;

член Комиссии – специалист - эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Мингазов Р.Ш.;

член Комиссии – специалист - эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Жарикова Е.Б.

на основании своего решения от 28 июня 2010 года по делу № 03-37/15 о признании ненадлежащей рекламы ИП ХХХ, размещенной на десятой полосе еженедельной рекламной газеты «PRO Город Йошкар-Ола» № 8 от 24 октября 2009 года, следующего содержания: : «FS кухни Фри Стайл СКИДКИ СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЕ КУХНИ на заказ до 20 тыс. руб. при заказе кухни ПОДАРОК т. ХХХХ ТЦ «ХХХ», ул. ХХХ» (далее – Реклама), поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 и статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Закона о рекламе, пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП ХХХ в 10 - дневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить

нарушение части 7 статьи 5 и статьи 9 Закона о рекламе, а именно: прекратить распространение в еженедельной рекламной газете «PRO Город Йошкар-Ола» Рекламы без указания сроков проведения стимулирующего мероприятия, источника информации об организаторе такого мероприятия, информации о правилах его проведения, количестве призов, сроках, месте и порядке их получения.

2. ИП ХХХ **в срок до 23 июля 2010 года** представить в Марийское УФАС России письменные доказательства об исполнении пункта 1 настоящего предписания.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе Марийское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель

В.В.Зубарев

Члены Комиссии

Е.Б. Жарикова

Р.Ш. Мингазов