

## РЕШЕНИЕ

по делу №03-21/46-2017

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«22» ноября 2017 года  
Йошкар-Ола

г.

Резолютивная часть решения объявлена: «10» ноября 2017 года

Полный текст решения изготовлен: «22» ноября 2017 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии

член Комиссии

член Комиссии

рассмотрев дело № 03-21/46-2017, возбужденное по факту распространения рекламы на сайте [www.marimedia.ru](http://www.marimedia.ru) в разделе «Новости» «День № 1 на «Европе плюс» с признаками нарушения статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствие лиц, участвующих в деле, надлежащим образом уведомленных о дате, времени, месте рассмотрения дела,

### УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл в ходе мониторинга на сайте <http://www.marimedia.ru/> в разделе «Новости» обнаружена информация «День № 1 на «Европе плюс» следующего содержания: ««Европа Плюс» — абсолютный лидер среди российских радиостанций по ежедневному, еженедельному охвату и доле рынка по аудитории. Каждый день «Европу Плюс» слушают более 11,4 млн человек, а еженедельная аудитория радиостанции — около 24,3 млн человек. Доля рынка по аудитории составляет 10,1%\*. По этому поводу радиостанция

устраивает праздник. 11 мая на «Европе Плюс» объявляется Днём № 1. С 9:00 до 20:00 в эфире радиостанции будет появляться специальный сигнал. Самые внимательные слушатели, услышавшие сигнал и дозвонившиеся до радиостанции смогут получить лидерский набор — фирменную кружку, фирменный зарядник для гаджетов с колонкой и ещё одно не менее приятное дополнение. За день сигнал будет звучать 11 раз. В Йошкар-Оле можно услышать любимую радиостанцию на частоте 104.5. \*Mediascope, Radio Index — Россия (города с населением 100 000 и более чел.), ИЮЛЬ — ДЕКАБРЬ 2016, Daily Reach (Пн-Пт, 06ч-24ч), Weekly Reach (Пн-Вск, 06ч-24ч), AQH Share (Пн-Пт, 06ч-24ч) радиостанций среди населения 12 лет и старше. Метод измерения — телефонные интервью» с признаками нарушения статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

По результатам рассмотрения материалов определением Марийского УФАС России от 25.08.2017 возбуждено дело № 03-21/46-2017 по признакам нарушения законодательства о рекламе.

Из письменных пояснений ООО «Медиа Пейдж» следует, что указанная информация не является рекламой, поскольку размещена в разделе «Новости» на сайте, который является каталогом информации. Содержание рассматриваемой информации формировалось информационным агентством «МариМедиа» из данных сети Интернет по собственной инициативе агентства.

Согласно письменным пояснениям ЗАО «Европа Плюс Йошкар-Ола» следует, что общество не подавало заявку на размещение указанной информации, и полагает, что рассматриваемая информация не является рекламой.

Комиссия Марийского УФАС России, рассмотрев материалы дела, считает указанную рекламу ненадлежащей по следующим основаниям.

Так, в соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 26.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) 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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Под объектом рекламирования понимают 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 (статья 3 Закона о рекламе).

Товаром признается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (статья 3 Закона о рекламе).

Согласно пункту 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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, является рекламой и должна в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе.

Общество полагает, что рассматриваемая информация не является рекламой и ссылается на то, что информация, содержащая одинаковый набор сведений об организациях и оказываемых ими услугах, размещенная на сайте в сети «Интернет», представляющей собой каталог, носит справочно-информативный характер, поскольку направлена на извещение потребителей о существовании того или иного товара, предлагаемого к продаже. При размещении кратких, информационных сведений, такая задача, стоящая перед рекламой, как информирование и поддержание интереса к конкретному юридическому лицу и его товару, не выполняется, поскольку подобная информация, размещенная среди таких же, однородных, сведений многих юридических лиц не позволяет выделить какое-либо одно лицо, товар и сформировать к нему интерес.

Рассматриваемая информация сопровождается графическим изображением следующего содержания: «Европа Плюс № 1 в России. Ежедневно нас слушают 11.4 млн человек» и обозначена заголовком «День № 1 на «Европе Плюс», а в самой рекламной информации используется формулировка «Европа Плюс» — абсолютный лидер», что выделяет указанную информацию среди другой информации, привлекает внимание потребителей к объектам рекламирования – радиостанция «Европа плюс», ее деятельность и стимулирующее мероприятие «День № 1 на «Европе плюс».

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, так как ориентирована на неопределенный круг лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – радиостанции «Европа Плюс», а также мероприятию «День № 1 на «Европе Плюс». Рассматриваемая

реклама является не новостью/статьей, а именно рекламной информацией, так как в ней предлагается принять участие в акции радиостанции с целью выигрыша призов.

В соответствии со статьей 9 Закона о рекламе в рекламе, сообщающей о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара, 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.

Довод общества о том, что указанное мероприятие не является стимулирующим, поскольку каждый дозвонившийся получает подарок, отклоняется Комиссией ввиду того, что данное мероприятие проводится на конкурсной основе с розыгрышем призов и получением выигрышей.

Так, в пункте 27 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъяснено, что в силу статьи 9 Закона о рекламе 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. При этом названные нормы обязывают рекламодателя сообщать не саму информацию об организаторе стимулирующего мероприятия и так далее, а источник этой информации (например, адрес интернет-сайта, номер телефона, по которому можно получить информацию).

Таким образом, 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 названному источнику.

В рекламной информации содержится следующее: «С 9:00 до 20:00 в эфире радиостанции будет появляться специальный сигнал. Самые внимательные слушатели, услышавшие сигнал и дозвонившиеся до радиостанции смогут получить лидерский набор — фирменную кружку, фирменный зарядник для гаджетов с колонкой и ещё одно не менее приятное дополнение. За день сигнал будет звучать 11 раз. В Йошкар-Оле можно услышать любимую радиостанцию на частоте 104.5.».

Так, согласно положению о конкурсе «День № 1 на Европе плюс», утвержденном генеральным директором ЗАО «Европа плюс» в конкурсе могут принять участие любые дееспособные лица в возрасте 14 лет, проживающие на территории Российской Федерации, являющиеся

гражданами Российской Федерации; задача слушателя после «сигнала № 1» дозвониться первым по телефону в Москве (495) 745-6565; слушатель, дозвонившийся первым, считается победителем и получает приз – подарочный сет № 1; слушатель не может участвовать в конкурсе повторно; в конкурсе запрещается участвовать работникам и представителям организатора и/или филиалов, аффилированным с ними лицам, членам семей таких работников и представителей, а равно работникам и представителям любых других юридических лиц, причастных к организации и/или проведению данной игры, а также членам их семей. Также, организатор оставляет за собой право не допустить к участию тех лиц, которые неоднократно становились победителями – призерами в радиоиграх, проводившихся ранее организатором, и многократно участвовали в радиоиграх вопреки установленным правилам, а расхождение персональных данных, указанных участником при участии, с документом, удостоверяющим личность, дает право организатору не выдавать приз победителю.

Призом является «подарочный сет № 1» - 1 000 рублей, фирменное зарядное устройство с колонкой с логотипом Европы Плюс, кружка с логотипом Европы Плюс, количество призов – 11, на основании отдельного решения комиссии по проведению конкурса возможна выплата дополнительного денежного приза.

Призы вручаются лично либо путем почтовой рассылки на имя победителя от ЗАО «Европа Плюс». Каждый победитель приза заполняет заявление на имя генерального директора, где указывает паспортные данные, адрес и дата рождения и прикладывает ксерокопия 2-х разворотов паспорта, а также ИНН победителя.

Указанные сведения размещаются в эфире радиостанции, а также интернет-сайте [www.europaplus.ru](http://www.europaplus.ru).

Однако рассматриваемая реклама не содержит указанных существенных условий проведения стимулирующего мероприятия, а именно: отсутствуют сведения о том, что только первый дозвонившийся может получить приз; не указан источник информации об организаторе стимулирующего мероприятия (адрес интернет-сайта, номер телефона, по которому можно получить полную информацию о стимулирующем мероприятии); не указаны сроки, место и порядок получения призов, а также их количество, в связи с чем потребитель вводится в заблуждение в отношении участия в стимулирующем мероприятии.

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает требования статьи 9 Закона о рекламе.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель - 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; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рассматриваемая реклама размещена на сайте <http://www.marimedia.ru/>. Согласно представленным на указанном сайте сведениям, данный сайт является информационным порталом ООО «Медиа Пейдж» (ИНН 1215136324, ОГРН 1081215008698).

Письмом исх. № 23-МП от 05.09.2017 ООО «Медиа Пейдж» сообщило, что указанная информация порталу предоставлена информационным агентством «МариМедиа». В соответствии с представленным договором об информационном партнерстве от 27.02.2014, заключенном между ООО «Медиа Пейдж» (Заказчик) и информационным агентством «МариМедиа» (Исполнитель), Исполнитель оказывает Заказчику услуги по предоставлению новостей в ленту новостей и интервью для размещения на сайте <http://www.marimedia.ru/> в разделах «Новости», «Интервью».

Согласно сведениям, представленным Управлением Роскомнадзора по Республике Марий Эл, средство массовой информации «МариМедиа» зарегистрировано Управлением с формой периодического распространения – информационное агентство, свидетельство о регистрации серия ИА № ТУ 12 – 00170 от 26.02.2014. Учредителем является М.

В свою очередь, указанное лицо является директором и учредителем ООО «Медиа Пейдж». В связи с этим и по смыслу статьи 9 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» ООО «Медиа Пейдж» и ИА «МариМедиа» являются группой лиц и действуют в общих интересах.

Вместе с тем, ООО «Медиа Пейдж» является владельцем сайта [www.marimedia.ru/](http://www.marimedia.ru/), на котором размещена рассматриваемая реклама.

Исходя из вышеизложенного, ООО «Медиа Пейдж» является рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Марийское УФАС России, изучив представленные в материалы дела доказательства, считает, необходимым выдать ООО «Медиа Пейдж» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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 «День № 1 на «Европе плюс» следующего содержания: ««Европа Плюс» — абсолютный лидер среди российских радиостанций по ежедневному, еженедельному охвату и доле рынка по аудитории. Каждый день «Европу Плюс» слушают более 11,4 млн человек, а еженедельная аудитория радиостанции — около 24,3 млн человек. Доля рынка по аудитории составляет 10,1%\*. По этому поводу радиостанция устраивает праздник. 11 мая на «Европе Плюс» объявляется Днём № 1. С 9:00 до 20:00 в эфире радиостанции будет появляться специальный сигнал. Самые внимательные слушатели, услышавшие сигнал и дозвонившиеся до радиостанции смогут получить лидерский набор — фирменную кружку, фирменный зарядник для гаджетов с колонкой и ещё одно не менее приятное дополнение. За день сигнал будет звучать 11 раз. В Йошкар-Оле можно услышать любимую радиостанцию на частоте 104.5. \*Mediascope, Radio Index — Россия (города с населением 100 000 и более чел.), ИЮЛЬ — ДЕКАБРЬ 2016, Daily Reach (Пн-Пт, 06ч-24ч), Weekly Reach (Пн-Вск, 06ч-24ч), AQH Share (Пн-Пт, 06ч-24ч) радиостанций среди населения 12 лет и старше. Метод измерения — телефонные интервью», размещенную на сайте [www.marimedia.ru](http://www.marimedia.ru), поскольку нарушены требования статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать обществу с ограниченной ответственностью «Медиа Пейдж» (ИНН 1215136324, ОГРН 1081215008698) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в соответствии со 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.*

Председатель Комиссии

Члены Комиссии